

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Oleh:

HUMAIROH
11525204194

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1441 H/2019 M

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(SE)*



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**HUMAIROH
11525204194**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAUP-PEKANBARU
1441 H/2019 M**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul, **PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**, yang ditulis oleh:

Nama : HUMAIROH

NIM : 11525204194

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Agustus 2019
Pembimbing Skripsi

Kamituddin, M. Ag
NIP. 19771018 200501 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH yang ditulis oleh :

Nama : Humairoh
NIM : 11525204194
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 10 Oktober 2019
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Oktober 2019

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag
Sekretaris
Dr. Jenita, SE, MM
Penguji I
Drs. Hj. Yusliati, MA
Penguji II
Dr. H. Johari, M.Ag

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

ABSTRAK

Humairoh, (2019): *Pengaruh Tarif Harga terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.*

Latar belakang penelitian ini adalah harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk/jasa, harga juga salah satu penentu yang berpengaruh terhadap minat pembelian. Konsumen cenderung memilih harga yang relatif murah untuk diminatinya, salah satunya tarif harga ojek online. Tarif harga yang ditetapkan ojek online relatif murah dan terjangkau, namun fenomena berdasarkan observasi minat mahasiswa dalam menggunakan jasa transportasi tersebut masih kurang. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah tarif harga ojek online berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi syariah UIN Suska Riau dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 219 orang yaitu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 UIN Suska Riau. Diambil sampel sebanyak 68 orang dengan menggunakan rumus *slovin* yaitu $(user)/mahasiswa$ jurusan Ekonomi Syariah pengguna jasa ojek online. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, study kepustakaan dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 4,688 + 0,469X$, dapat disimpulkan bahwa tarif harga memiliki pengaruh positif terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau. Hasil uji *t* menunjukkan tarif harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau. Hal ini dibuktikan dengan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $(10,014) > t_{tabel} (1,99656)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online. Nilai koefisien determinasi model adalah 0,603. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (harga) terhadap variabel dependen (minat) adalah sebesar 60,3%, sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tinjauan Ekonomi Islam tentang harga ojek online sesuai dengan prinsip '*an taradin/rela sama rela, amanah, tidak ada unsur gharar dan penipuan dan tidak ada unsur kedzoliman.*

Kata Kunci: Harga, Minat

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita sampai saat ini. Atas rahmat-Nya pula peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH”** sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Sultan Syarif Kasim Riau. Selanjutnya Shalawat serta salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga zaman keilmuan seperti sekarang ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Oleh karena itu, dengan terselesaikannya skripsi ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta Darmansyah Marpaung dan Ibunda tersayang Fatmawati yang tak hentinya mendo'akan, mengerti, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan saya, sekaligus selalu memberikan dukungan moril maupun materil yang takkan pernah terbayar

hingga akhir hayat. Limpahan dan hangatnya kasih sayang yang takkan pernah saya dapat dari keluarga manapun didunia ini.

Bapak Prof. Dr. Akhmad Mujahidin, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. H. Hajar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.

Bapak Bambang Hermanto, M. Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

5. Ibu Nurnasrina, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang membimbing dan memberi arahan dari awal perkuliahan sampai sekarang, memberi motivasi dan nasehat dalam masa perkuliahan.

6. Bapak Kamiruddin, M. Ag selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Pimpinan Perputakaan yang telah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi perpustakaan.

8. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas Ekonomi Syariah E Angkatan 2015 yang membantu dan sama-sama berjuang dibangku perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sahabatku Dahila, Fadilah, Kasmawati, Fitri Harahap, Avilla Veronica, Nada Wella, Femila Putri, Ahmad Ridho, Aryadi, yang telah banyak memberikan dukungan, semangat dan membantu selama perkuliahan.

10. Teman sekaligus saudara kos Tiara Dewi, Rizka Desralita, Aisyah Ashshalihah, Elva Alviatun Ni'mah, Desvina Wulandari yang sudah menemani suka duka perkuliahan dari awal masuk kuliah, serumah dan seperti saudara kandung bagi penulis.

11. Teman-teman KKN Desa Tanjung Balam yang selalu memberikan semangat Nurhaneda Mayu, Nurul Annisa, Syofri Ilham, Ryan hidayatullah, Bella Marita, Jusnita, Yuni Novita Sari, Rahma Nipdayani, Faisal Adam dan Tommy Afri Putra.

Butuh lembar yang luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sealam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, Aamiin.

Wabillahitaufiq wallhidayah Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekanbaru, Agustus 2019
Penulis,

HUMAIROH
NIM. 11525204194

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
E. Metode Penelitian	15
1. Lokasi Penelitian	15
2. Subjek dan Objek Penelitian	15
3. Populasi dan Sampel	16
4. Sumber Data	17
5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	19
F. Kerangka Berfikir	23
G. Hipotesis	23
H. Operasional Variabel Penelitian	24
I. Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	23
J. Sistematika Penulisan	26
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Berdirinya Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau	28
B. Letak Geografis dan Demografis	32
C. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum	33
D. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum	34
E. Perkembangan Program Studi Ekonomi Syariah	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Gambaran Umum Ojek Online	37
1. Sejarah Ojek online	37
2. Profil PT Grab Indonesia.....	37
3. Manfaat PT Grab Indonesia	40
4. Visi dan Misi PT Grab Indonesia	41
5. Profil PT Go-jek Indonesia	42
6. Visi dan Misi PT.Gojek Indonesia	43
TINJAUAN TEORITIS	
A. Tarif Harga	46
1. Pengertian Tarif Harga	46
2. Dasar-Dasar Penetapan Harga.....	48
3. Tujuan Penentuan Harga	49
4. Strategi Harga.....	52
5. Faktor-Faktor Harga yang Mempengaruhi Daya Tarik Konsumen.....	52
6. Indikator Harga	54
7. Harga Menurut Ekonomi Islam.....	55
B. Minat	59
1. Pengertian Minat	59
2. Ciri-ciri Minat	62
3. Indikator Minat.....	62
4. Minat Menurut Ekonomi Islam	64
C. Jasa	69
1. Pengertian Jasa	69
2. Macam-Macam Jasa.....	70
3. Karakteristik Jasa	73
D. Teori Permintaan Konsumen.....	75
1. Pengertian Permintaan dan Faktor yang Mempengaruhi	75
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	77

BAB IV

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB V

DAFTAR PUSTAKA

PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

A. Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.....	79
1. Karakteristik Responden	79
2. Deskriptif Variabel	80
3. Analisis Data	84
B. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Pengaruh Tarif Harga terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.....	95

PENUTUP

A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107

UIN SUSKA RIAU

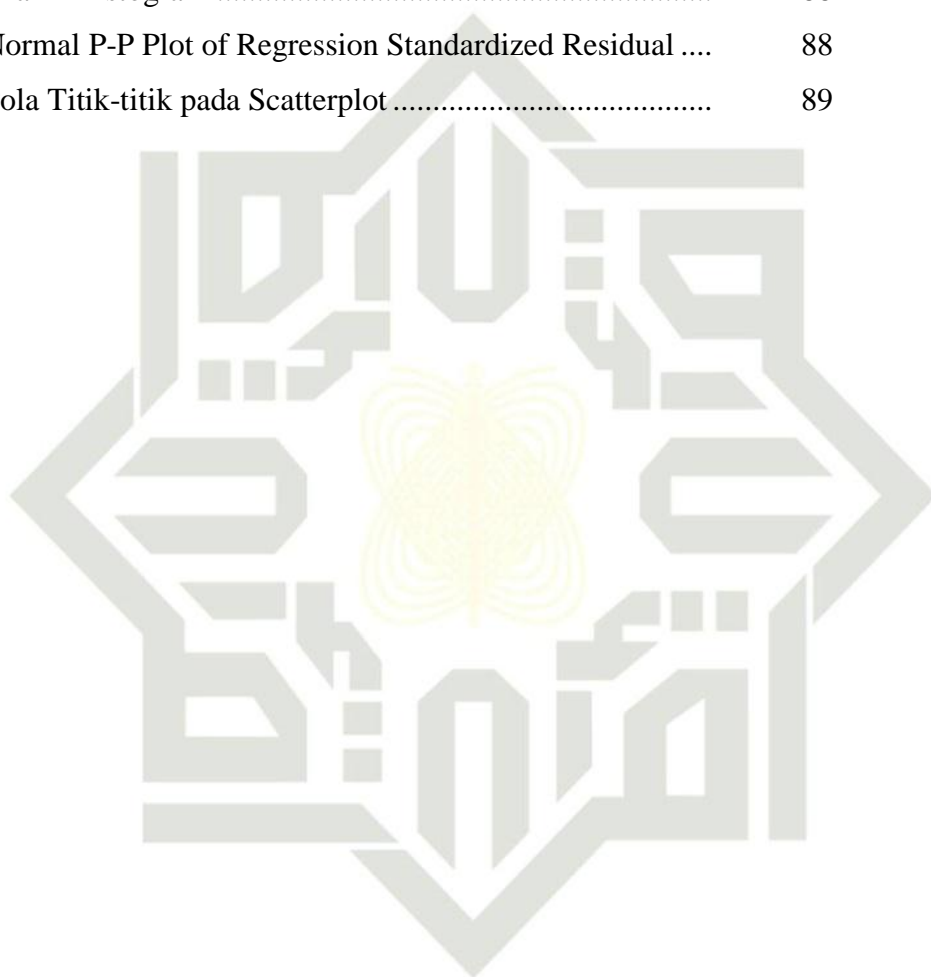
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Sistem Tarif Harga Go-Jek Tahun 2019	11
Tabel 1.2	: Sistem Tarif Harga Grap Tahun 2019	11
Tabel 1.3	: Definisi Operasional Variabel	24
Tabel 1.4	: Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	25
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	79
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel IV.3	: Statistik Deskriptif Variabel	80
Tabel IV.4	: Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	82
Tabel IV.5	: Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat	83
Tabel IV.6	: Hasil Uji Validitas	85
Tabel IV.7	: Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel IV.8	: Hasil Uji Normalitas K-S-Z.....	87
Tabel IV.9	: Hasil Uji Auto Korelasi	91
Tabel IV.10	: Hasil Uji Regresi Sederhana	91
Tabel IV.11	: Hasil Uji Hipotesis Parsial	93
Tabel IV. 12	: Koefisien Determinasi	94
Tabel IV. 13	: Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan	95

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 : Model Kerangka Berpikir	23
Gambar II.1 : Bagan Struktur Organisasi Pimpinan Dan Karyawan Fakultas Syariah dan Hukum	35
Gambar IV.1 : Grafik Histogram	88
Gambar IV. 2 : Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	88
Gambar IV. 3 : Pola Titik-titik pada Scatterplot	89



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Harga adalah salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk/jasa karena berbagai alasan. Alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah atau harga terlalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas karena dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrumen kompetisi yang menentukan.¹

Tujuan dasar dari strategi penetapan harga adalah meraup surplus konsumen dan mengubahnya menjadi laba tambahan bagi perusahaan. Tujuan ini dapat dicapai dengan menggunakan diskriminasi harga dan mengenakan beragam harga kepada konsumen yang berbeda karena diskriminasi harga bentuknya sangat beragam dan penting untuk memahami bagaimana cara kerjanya. Seluruh strategi penetapan harga memiliki satu ciri umum yaitu strategi-strategi ini dimaksudkan untuk meraup surplus konsumen dan mengalihkannya kepada produsen. Jika saja perusahaan menjual seluruh outputnya pada suatu harga. Untuk memaksimalkan laba, perusahaan akan menetapkan suatu harga dan outputnya yang sesuai pada perpotongan kurva biaya marginal dan pendapatan marginal. Meskipun perusahaan tersebut akan

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2005), Jilid-1, h. 207

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meraih laba, manajer mungkin masih penasaran apakah mereka dapat meraup laba lebih banyak lagi. Mereka mengetahui bahwa sebagian konsumen bersedia membayar lebih banyak daripada harga tetapan. Tetapi menaikkan harga berarti akan kehilangan sebagian konsumen, penjualan menurun, dan laba yang lebih kecil. Demikian pula calon konsumen lain mungkin enggan membeli produk/jasa karena mereka tidak mau membayar harga tinggi. Dengan menurunkan harga, perusahaan bisa lebih banyak menjual kepada sebagian konsumen. Namun perusahaan akan memperoleh pendapatan yang lebih kecil dari konsumen lamanya dan kembali laba akan menurun.²

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk

²Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. *Mikroekonomi*, alih bahasa oleh Novietha I. Sallama, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.438.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut dan ingin dianggap loyal. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya, apabila konsumen menganggap bahwa manfaat yang diterima lebih besar, maka yang terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Harga yang pantas berarti nilai yang di persepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik. Seringkali beberapa konsumen mengetahui secara tepat harga suatu produk, sedangkan yang lainnya hanya mampu memperkirakan harga berdasarkan pembelian masa lampau.³

Ada beberapa ekonomi yang melandaskan fungsi-fungsi dalam masyarakat Muslim. Semua harga baik yang terkait dengan faktor-faktor produksi maupun produknya sendiri bersumber pada mekanisme penentuan harga dan karena itu diakui sebagai harga-harga adil dan wajar.⁴ Ridwan Iskandar Sudayat menyatakan bahwa harga suatu barang adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain. Salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan

³Aldan Faikar Annafik, "Jurnal Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha" (diakses tanggal 22 Januari 2019).

⁴Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007), h. 165.

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang yang mahal dan murah. Sebagai contoh, gaji dan upah adalah harga jasa bagi seseorang yang bekerja.⁵

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Dalam konsep Islam yang paling penting adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip Ar-Ridha, berdasarkan persaingan sehat, kejujuran dan keterbukaan.⁶ Dalam Al-Qur'an An-Nisa' ayat 29 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”*⁷

Prinsip tersebut berlaku untuk semua aspek, termasuk perihal jasa. Service/jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Agar *service*

⁵ Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 61-63.

⁶ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014), h. 201-204.

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Madina, 2014), h. 83.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berjalan dengan baik maka interaksi antara pelanggan dan perusahaan haruslah berjalan dengan baik. Salah satu faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah dalam penetapan harga.⁸

Sektor jasa (industri tersier) mengalami peningkatan yang dramatis yang dikenal sebagai “*great leap forward*” atau kemajuan yang luar biasa dalam dunia jasa. Jasa telah menyumbang 60% PDB di Eropa, di Indonesia hampir mencapai 30%. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi *income* dan kemampuannya menyerap *supply* tenaga kerja. Bateson mengungkapkan bahwa 58% total GNP (*Gross National Product*) dunia berasal dari sektor jasa. Di Indonesia, jasa meningkat 40% menjadi 42,1% dari tahun 1983-1994, sementara pada periode sama industri primer turun 44% dan hanya menjadi 27% menurut BPS.⁹

Transportasi merupakan unsur yang sangat penting, tanpa transportasi manusia akan mengalami kesulitan melakukan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Seiring dengan meningkatnya standar hidup masyarakat maka meningkat pula permintaan masyarakat terhadap transportasi.¹⁰ Transportasi adalah salah satu jasa angkutan yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Transportasi merupakan mobilitas atau perpindahan yang dilakukan oleh manusia dengan menggunakan alat bantu yang berupa

⁸ Syafrizal Helmi Situmorang. *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h. 124.

⁹ Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016) cet.2, h. 1.

¹⁰ Raharjo Adisasmita, *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 37.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kendaraan seperti mobil untuk mencapai tempat yang dituju. Tidak hanya untuk perpindahan manusia, transportasi meliputi berpindahnya barang ke tempat lain. Hal ini serupa dengan pernyataan Undang-Undang No. 22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum pasal 1 ayat 3 yaitu “angkutan adalah perpindahan orang dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan di ruang lalu lintas jalan”.¹¹ Dapat dikatakan bahwa transportasi merupakan jenis kebutuhan yang sangat penting, karena memang kebutuhan akan transportasi sangat beragam seperti pergi ke sekolah, pasar, bepergian maupun aktivitas lainnya. Transportasi beragam adanya, mulai dari sepeda motor, mobil, pesawat, kapal laut dan kereta api. Di kota Pekanbaru khususnya yang mempunyai bermacam-macam alat transportasi, mulai dari kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Seperti angkutan umum(angkot), ojek, *taxi* dan busway.¹²

Peran transportasi perkotaan sangat penting untuk memenuhi kebutuhan penduduk perkotaan.¹³ Transportasi perkotaan merupakan sektor penunjang utama terhadap mobilitas penduduk perkotaan dan angkutan barang yang merupakan unsur penting dalam penyelenggaraan kegiatan perekonomian dan pembangunan perkotaan yang cenderung semakin meningkat. Penduduk memerlukan jasa transportasi untuk pergi ke kantor, ke pasar, ke sekolah dan sebagainya. Jasa transportasi perkotaan yang efektif dan

¹¹ Undang-undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

¹² <http://www.bps.go.id/> (diakses tanggal 29 Oktober 2018).

¹³ Rahardjo Adisasmita, *Op.cit* h. 9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efisien meliputi karakteristik, yaitu: (1) lancar atau cepat (*speed*), (2) aman atau selamat (*safety*), (3) berkapasitas (*capacity*), (4) dilaksanakan dalam frekuensi yang memadai (*frequency*), (5) teratur (*regularity*), (6) komprehensif (*comprehensive*), (7) bertanggung jawab (*responsibility*), (8) biaya murah (*reasonable cost*) atau harga terjangkau (*affordable price*), (9) kenyamanan (*comfort*).¹⁴

Pentingnya jasa transportasi dalam menunjang perkembangan ekonomi adalah meningkatkan hubungan antara manusia, yaitu pemilik barang dan pemilik kendaraan untuk menjalankan kerjasama yang sesuai dengan ajaran Islam secara transparan. Mulai dari proses pemesanan dan penentuan harga kepada *customer* agar dapat mengetahui informasi secara jelas dalam pelayanan tersebut sehingga dapat menciptakan hubungan antara produsen dengan konsumen secara efisien serta dapat mencapai persetujuan. Ojek online merupakan transportasi yang melayani angkutan jasa yang pemesanannya menggunakan sistem online. Ojek merupakan salah satu jasa transportasi yang banyak di jumpai. Ojek banyak dikenal di daerah pedesaan, bahkan juga di daerah kota. Ojek adalah alat angkut yang menggunakan sepeda motor (bukan mobil), beroda dua. Penumpangnya sangat terbatas, satu orang saja. Biasanya alat angkut ini menunggu penumpang di persimpangan jalan, kemudian mengantarkannya sampai ke tujuan. Alat angkut ini turut

¹⁴ *Ibid*, h. 25-26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membantu mengatasi pengangguran, atau menambah income sampingan bagi mereka yang sudah bekerja.¹⁵

Maraknya pengguna *smartphone* baik sistem android menjadikan masyarakat bergantung pada *smartphone* serta internet. Perkembangan teknologi telah mendorong terciptanya suatu inovasi baru, dimana dapat dengan mudah menghubungkan antara konsumen yang membutuhkan jasa angkutan dengan *driver*. Tentunya dengan menggunakan teknologi *smartphone* yakni aplikasi ojek online yang berbasis data yang dapat dengan mudah di unduh di *google play store* maupun *app store*, dengan begitu seseorang yang membutuhkan jasa mobilitas akan dengan mudah mendapatkan transportasinya. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri bisnis ojek *online* menghadirkan ojek berbasis *online*.

Konsumen ojek online 75,2 persen berasal dari kelompok ekonomi menengah ke bawah. Faktor tarif menjadi pertimbangan utama bagi keputusan konsumen menggunakan ojek online. Sebagai bukti, 52,4 persen konsumen memilih faktor keterjangkauan tarif sebagai alasan utama. Jauh mengungguli alasan lain seperti fleksibilitas waktu dan metode pembayaran, layanan *door-to-door*, dan keamanan. Oleh karena itu, perubahan tarif bisa sangat sensitif terhadap keputusan konsumen dan minat konsumen.¹⁶ Minat merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu

¹⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung:Alfabeta, 2014), h. 298-299.

¹⁶ <http://www.google.com/m?q=persentase+minat+ojek+online&client=ms-opera-mobile&channel=new&espv=1> (diakses tanggal 08 Mei 2019).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam waktu tertentu.¹⁷ Kecenderungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri:

1. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa.
2. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa.
3. Menceritakan hal yang positif.
4. Kecenderungan untuk merekomendasikan.¹⁸

Minat berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembeli yang hendak dilakukan.¹⁹

Salah satu kampus Islam Negeri yang ada di Riau adalah UIN Suska Riau, beralamat di Jl. H. R Soebrantas No. 155 KM 15 Kecamatan Tuah Madani. Pada umumnya mahasiswa pergi ke kampus memerlukan alat transportasi baik milik pribadi, menumpang dengan teman, busway, maupun ojek online dan ojek konvensional. Melihat kesempatan ini sebagai peluang bisnis, berbagai jasa ojek onlinepun muncul sebagai salah satu sarana praktis yang memudahkan masyarakat terutama mahasiswa untuk mengakses ojek

¹⁷ Ajzen William, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta:PT. Binarupa Aksara, 2008), h. 83.

¹⁸ Romi Andesa, "Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis", artikel diakses pada tanggal 28 September 2018 dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minatkonsumen.html>.

¹⁹ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Liberty: Yogyakarta, 2001), h. 98.



online ini. Diantaranya adalah PT. Go-jek Indonesia yang menciptakan jasa Go Jek sebagai layanan transportasinya dan juga PT. Grab Indonesia yang juga menyediakan layanan ojek online, karena memang ojek *online* ini sedang berkembang di kalangan masyarakat. UIN Suska Riau terdiri dari 8 Fakultas, salah satunya fakultas Syariah dan Hukum yang memiliki jumlah mahasiswa terbanyak yaitu jurusan Ekonomi Syariah.

Berdasarkan observasi awal, kebanyakan mahasiswa adalah generasi milenial atau yang tidak asing dengan gadget. Salah satu transportasi online adalah Gojek dan Grab yang menggunakan gadget sebagai pilihan yang praktis yang dapat dijangkau hanya melalui aplikasi ponsel. Ojek online hadir menawarkan hal yang di dambakan di seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi mereka yang memiliki *smartphone* yang sudah diintegrasikan dengan aplikasi ojek online. Begitu pula yang terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ojek online bukan hanya dimanfaatkan sebagaimana kegunaan ojek pada umumnya, melainkan diperuntukkan untuk keperluan lainnya mengingat aplikasi ojek online juga menyediakan beberapa jasa layanan lainnya sesuai kebutuhan penggunanya.

Tersedianya berbagai layanan ojek online yang berbagai macam dan tarif yang berbeda, yakni Gojek dan Grab ini tentu memiliki perbedaan tarif tertentu memicu pelanggan untuk lebih memilih ojek online mana yang didminatinya.

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1
Sistem Tarif Harga Go-Jek Tahun 2018

No	Karakteristik	Go-Jek
1	Jam sibuk (<i>rush hour</i>)	Pagi: 06.00-09.00 Sore: 16.00-19.00
2	Tarif pada jam sibuk	Rp. 2.500 per km(jarak 0-12 km) Diatas 12 km berubah menjadi Rp.3.000 per km.

Sumber:finansialku.com

Contoh perhitungan tarif:

1. Untuk menempuh jarak 5 km dengan Go-Ride, berarti perlu membayar.
Rp. 2500 x 5 = Rp. 12.500
2. Jika jarak tempuh 15 km, maka tarif yang berlaku adalah Rp. 3000 x 15 =
Rp. 45.000²⁰

Tabel 1.2
Sistem Tarif Harga Grab Tahun 2018

No	Karakteristik	GrabBike
1	Jam sibuk (<i>rush hour</i>)	Pagi: 06.00-09.00 Sore: 16.00-19.00
2	Tarif	Tarif GrabBike mengalami kenaikan sebesar 10% semenjak 21 Agustus 2017 yaitu menjadi: Rp. 1.750 per km untuk 12 km pertama Diatas 12 km dikenai penambahan Rp.3000 per km

Sumber:finansialku.com

Berdasarkan surat keputusan menteri tahun 2019 saat ini tarif harga ojek online mengalami sedikit kenaikan. Tarif ojek online di Jabodetabek tarif batas bawah adalah Rp. 2000 per km. Tarif batas atas Rp. 2.500 per km, biaya jasa minimalnya adalah Rp. 8.000 sampai 10.000 per km. Sedangkan di daerah Sumatera tarif batas bawah adalah Rp. 1.850 per km, tarif batas atas

²⁰ Finansialku.com (diakses tanggal 29 November 2018)

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rp. 2.300 per km dan biaya jasa minimal adalah Rp. 7.000 sampai Rp. 10.000 per km.²¹

Masalah ekonomi dari konsumen yaitu bahwa seorang konsumen mempunyai batas pendapatan untuk dibelanjakan, sehingga tidak dapat membeli semua barang dan jasa yang diinginkan. Bagi kalangan mahasiswa, dimana pendapatan nya masih dari orang tua mungkin tidak dapat membeli semua jasa yang diinginkannya kecuali jika sudah menjadi kebutuhan. Transportasi merupakan sebuah kebutuhan yang sangat dibutuhkan bagi kalangan mahasiswa. Pernanan penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas ini. Dilihat dari segi harga ojek online memiliki harga yang terjangkau dan cukup murah bagi kalangan mahasiswa dan juga mudah dalam pemesanan.

Namun berdasarkan observasi awal fenomena dilapangan dijumpai bahwa ada sebagian mahasiswa yang tidak/kurang berminat terhadap ojek online dan lebih memilih alternatif lain. Sebagai contoh adalah beberapa mahasiswa lebih memilih menggunakan ojek konvensional, menggunakan busway, atau bahkan lebih memilih menumpang dengan orang lain dan sebagainya.

Mengacu pada latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Tarif Harga terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**.

²¹ <https://www.infojek.com/tarif-ojek-online/> (diakses tanggal 06 Agustus 2019)



B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan sampai kepada maksud dan tujuan yang diinginkan maka penulis membatasi permasalahan yaitu pengaruh tarif harga terhadap pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah tarif harga ojek online berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah tarif harga ojek online berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Syariah tentang tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberi pemahaman teoritis lebih mendalam mengenai pengaruh tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau dan mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap tarif harga ojek online terhadap minat pengguna jasa pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, sehingga dapat menjadi tambahan pengetahuan bermanfaat bagi masyarakat luas.

Untuk menyelesaikan studi penulis dalam rangka mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Syariah (SE) di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Bagi Pengembangan Ilmu Ekonomi Syariah

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan atau bahan dokumentasi mengenai bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap tarif harga ojek online dan pengaruhnya terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

c. Peneliti Lain

Sebagai bahan masukan, kajian dan informasi lebih lanjut bagi penulis lainnya yang ingin membahas kembali masalah ini dimasa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang mengambil lokasi di Fakultas Syariah dan Hukum, jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang terletak di Jl. HR. Soebrantas Km. 15 No. 155 Tuah Madani, Kec. Tampan, Kabupaten Kampar Riau. Alasan penulis memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian adalah karena pada umumnya mahasiswa ekonomi syariah adalah mahasiswa yang sedikit banyaknya paham tentang segi ekonomi syariah dan pengaplikasiannya di kehidupan sehari-hari, umumnya akan lebih selektif dalam hal keuangan/harga suatu produk/jasa dan juga dengan pertimbangan penulis bahwa permasalahan tersebut belum pernah diteliti ditempat yang bersangkutan, serta penulis juga melihat di lingkungan kampus terdapat transportasi online yang banyak dijumpai.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.²² Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
- b. Objek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sebagai objek dalam penelitian ini adalah bagaimana

²² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), h. 34.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengaruh tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 Fakultas Syariah dan Hukum yaitu berjumlah 219 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi.²³ Mengingat jumlah populasi yang begitu banyak, maka pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin agar pengambilan sampel yang dipilih benar-benar dapat mewakili populasi.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, misalnya 10%²⁴

²³ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 150.

²⁴ *Ibid*, h. 170.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan rumus diatas, dengan menggunakan tingkat error 10% maka ukuran sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{219}{1+219(10\%)} = \frac{219}{3,19} = 68$$

Jadi sampel penelitian ini adalahn berjumlah 68 orang. Yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2015 pengguna jasa ojek online (*user*). Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.²⁵

4. Sumber Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi serta bahan lainnya yang dibutuhkan untuk penelitian ini dilakukan dengan melalui 2 (dua) cara:

a. Data Primer

Data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian dengan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.²⁶ Berupa responden yang diteliti yaitu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 UIN Suska Riau.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.85.

²⁶ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), h. 169.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai internet website, perpustakaan dan lembaga pendidikan, dan lain-lain.²⁷

5 Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu mengumpulkan data atau menjangkau data dengan melakukan pengamatan terhadap subjek atau objek penelitian secara seksama dan sistematis.²⁸ Observasi merupakan metode mengumpulkan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung dilapangan untuk melihat kegiatan yang diteliti.
- b. Kuesioner, yaitu menyebarkan sejumlah pernyataan secara tertulis kepada responden. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Bentuk kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari pernyataan dengan beberapa alternatif pilihan yang disediakan. Untuk jawaban dari kuesioner tersebut bersifat terbuka, dimana responden yang dipilih dapat memberikan jawaban atau pilihan yang telah tersedia dalam faktor pernyataan yang telah diselesaikan oleh peneliti.
- c. Study Kepustakaan(Library research) yaitu menelaah buku-buku atau literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

²⁷ Ibid.

²⁸ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Dokumentasi, yaitu penelitian yang menggunakan barang-barang tertulis sebagai sumber data, misalnya buku-buku, majalah, dokumen, jurnal, peraturan-peraturan dan lain-lain.²⁹

6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan korelasi regresi. Adapun tahap-tahap analisa data sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Daya diskriminasi yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,30. Sehingga sebuah item valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel.³⁰ Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi pearson produk moment*:

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X ($X - \bar{X}$)

y = deviasi rata-rata variabel Y ($Y - \bar{Y}$)

²⁹ Hartono, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Nusa Media, 2011), h. 62.

³⁰ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik I*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Cet ke-3, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Batasan nilai dalam uji adalah 0,6.³¹ Jika nilai reabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan. Pengujian menggunakan rumus *kolmogrov smirnov*.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain dengan uji keefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Namun pada skripsi ini akan dibahas dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho dan melihat pada pola titik-titik pada grafik regresi.³²

³¹ *Ibid*, h.172

³² Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010), h.160.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Uji Autokorelasi

Dalam suatu penelitian uji autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lainnya yang disusun menurut periode waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.

c. Pengujian Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi (signifikansi) dari pengaruh yang terjadi antara dua variabel melalui koefisien regresinya.³³ Dimana variabel independen (X) adalah harga, sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat konsumen.

$$Y = a + Bx$$

Keterangan: Y = Minat

a = konstan

b = koefisien arah regresi linear

X = harga

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$,

³³ Iqbal Hasan, *Op.cit*, h. 103.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi, semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya, yang berarti persamaan regresi baik digunakan untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Nilai R^2 berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai R^2 bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel independen. Dan jika dalam perhitungan nilai R^2 sama dengan 0 maka ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen.

4) Uji korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. pada penelitian ini uji korelasi dapat dilihat dengan rumus *korelasi pearson produk moment*. Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.³⁴ Setiap pertanyaan

³⁴ Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2009), Ed. Ke-2, h.84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempunyai 5 alternatif jawaban dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

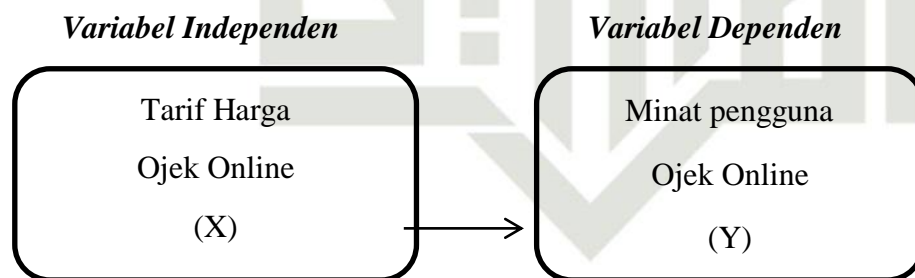
- a) Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 1
- b) Alternatif jawaban kurang setuju diberi skor 2
- c) Alternatif jawaban cukup setuju diberi skor 3
- d) Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- e) Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program SPSS (*Statistic for product and service solution*).

F. Kerangka Berfikir

Model kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa tarif harga berpengaruh terhadap minat pengguna jasa ojek online.

Gambar 1.1
Model Kerangka Berpikir



G. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan dalam sebuah penelitian, sampai melalui uji hipotesis atas data-data yang terkumpul.

Berdasarkan kerangka diatas, maka penulis menggunakan suatu hipotesis untuk identifikasi masalah dan tujuan penelitian berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Tarif harga (X) terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa ekonomi syariah (Y).

H. Operasional Variabel Penelitian

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
1	Harga	Suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.	<ul style="list-style-type: none"> – Keterjangkauan harga – Kesesuaian harga dengan manfaat – Kesesuaian harga dengan kualitas – Kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya saing.³⁵
2	Minat	Rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dipengaruhi oleh faktor tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> – Minat Transaksional – Minat refrensial – Minat Preferensial – Minat eksploratif³⁶

³⁵ William J. Stantom, *Prinsip Pemasaran* Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1984) edisi Ke-7, jilid I, h. 314.

³⁶ Ferdinand, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2002), jilid Ke-I, h. 129.

Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

Tabel 1.4
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Hasil
1.	Paragawati, 2012. Pengaruh Harga Jual Tiket Pesawat Terhadap Minat Pengguna Jasa Penerbangan Pada Maskapai Batavia Air Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata harga tiket tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengguna jasa penerbangan. Sumbangan pengaruh rata-rata harga tiket pesawat terhadap jumlah pengguna jasa penerbangan sebesar 4,9% dan sisanya sebesar 95,1% dipengaruhi variabel lain. Nilai R sebesar 0,220 artinya korelasi antara rata-rata harga tiket dengan jumlah pengguna jasa penerbangan memiliki hubungan yang rendah.
2.	Siti Dianti, 2018. Pengaruh Harga, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Angkutan Go-Jek Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), Pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan gojek (Y) karena $f_{hitung} 3,153 > f_{tabel} 2,72$ dan signifikansi yaitu $0,030 < 0,05$. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Go-Jek (Y) karena nilai yang didapat yaitu $t_{hitung} 1,3018 < t_{tabel} 1,995$ maka H_0 diterima. Sedangkan variabel pelayanan (X_2) berpengaruh secara parsial karena didapat nilai $t_{hitung} 2,016 > 1,995$ t_{tabel} maka H_0 ditolak. Dan Variabel promosi (X_3) yaitu $-2,274$ $t_{hitung} > 1,995$ t_{tabel} maka H_0 di tolak yang artinya terdapat pengaruh negatif antara promosi dengan keputusan pembelian. Sedangkan nilai hasil uji koefisien determinasi sebesar nilai <i>adjusted R Square</i> sebesar 0,076 yang artinya pengaruh variabel harga (X_1), pelayanan (X_2) dan promosi (X_3) hanya mampu menjelaskan sebesar 7,6% terkait

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Penelitian	Hasil
3.	Rizky Amalina Bachrian syah, 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang).	dengan variabel keputusan pembelian (Y) dan sisanya sebesar 92,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel yang berpengaruh paling tinggi terhadap minat beli adalah variabel daya tarik iklan dengan koefisien regresi sebesar 0,339 lalu variabel persepsi harga sebesar 0,265 dan yang paling rendah adalah variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,262.

J. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pemahaman dan penelaan skripsi ini maka perlu disusun suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang pendahuluan meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian data, indikator penelitian, penelitian terdahulu serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Bab ini akan memaparkan tentang sejarah berdirinya Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, letak geografis dan Demografis, visi misi dan tujuan fakultas Syariah dan Hukum, struktur organisasi fakultas Syariah dan Hukum, perkembangan program studi Ekonomi Syariah dan Gambaran Umum ojek online.

BAB III : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori yang terdiri dari pengertian tarif, pengertian harga, dasar-dasar penetapan harga, tujuan penetapan harga, strategi penetapan harga, indikator harga, harga menurut ekonomi Islam, pengertian minat, faktor-faktor yang mempengaruhi minat, indikator minat, minat menurut ekonomi Islam, pengertian jasa, macam-macam jasa, karakteristik jasa, teori permintaan konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisi tentang analisa tentang pengaruh tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap tarif harga terhadap minat.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Sejarah Berdirinya Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pembangunan Nasional pada hakekatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Perkembangan modern akhir abad XX atau abad XXI dimulai dengan kemajuan yang akan membawa perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia baik dalam kehidupan politik, ekonomi, maupun sosial budaya yang tidak dapat dipungkiri akan menimbulkan dampak negatif bagi tata kehidupan masyarakat yang pada akhirnya akan bermuara pada pergeseran pandangan terhadap nilai-nilai agama. Dalam menghadapi perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut maka peranan para intelektual muslim semakin sangat penting. Mereka harus mampu mengarahkan kemajuan ilmu dan teknologi kepada kemajuan yang bernafaskan Ekonomi Islam.³⁷

Menyadari hal itu, maka tokoh agama, pemuka masyarakat dan pemerintah daerah Riau merasa terpanggil untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang beridentitaskan Islam. Ide tersebut menjadi kenyataan dengan usaha membentuk Badan Pelaksana Al-Jami'ah Al-Ekonomi Islamiyah (BAPELA) Riau yang diketahui oleh Datuk Wan Abdurrahman

³⁷ <http://repository.uin-suska.ac.id/6739/3/BAB%20II.pdf> repository.uin-suska.ac.id (diakses tanggal 01 April 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(Wakil Gubernur KHD Tk. I Riau ketika itu) sebagai salah satu usaha dari BAPELA adalah mendirikan Fakultas Syariah. Berdasarkan keputusan Menteri Agama No. 79 tahun 1966 fakultas yang didirikan ini merupakan salah satu fakultas pada Universitas Ekonomi Islam Riau (UIR) cabang Tembilahan. Pada waktu yang bersamaan dilantiklah Haji Abdullah Hamid Sulaiman sebagai Dekan.

Penegerian Fakultas dilaksanakan oleh panitia persiapan penegerian yang dibentuk oleh A. Satar Hakim (Bupati KHD Tk. II Indragiri Hilir ketika itu). Setelah dinegerikan, fakultas syariah berinduk pada IAIN Imam Bonjol Padang. Karena sulitnya transportasi dan komunikasi maka dengan SK Menteri Agama RI No. 99 tanggal 4 1967 Fakultas Syariah berpindah induk ke IAIN Sultan Thaha Syrifuddin Jambi.³⁸

Tetapi perpindahan tersebut tidak juga dapat mengatasi kesulitan transportasi dan komunikasi yang ada sebelumnya, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 36 tanggal 5 Mei 1969 Fakultas Syariah berpindah induk ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Sejak IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru resmi berdiri pada tanggal 16 September 1970 dengan berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 1994 tahun 1970, Fakultas Syariah Tembilahan resmi berinduk ke IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru. Pada awalnya, Fakultas Syariah hanya berstatuskan Fakultas Muda yaitu sampai sarjana muda saja dengan jurusan Qadha', kemudian melalui SK Menteri Agama RI No. 69 tahun 1982 tanggal 17 juli 1982, status Fakultas Syariah ditingkatkan menjadi

³⁸ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fakultas Madya. Berdasarkan SK Menteri Agama RI, Fakultas menyelenggarakan perkuliahan ditingkat doktoral dengan jurusan Qadha'. Hal tersebut berlangsung sampai dimulainya Sistem Kredit Semester (SKS) pada tahun 1984-1985, pada saat itu Fakultas Syariah sudah berkembang menjadi dua jurusan yaitu Peradilan Agama (PA) dan Perdata/Pidana Islam (PPI).

Tahun ajaran 1989-1990 terdapat dua perubahan dan penambahan jurusan, yaitu jurusan Perbandingan Mazhab (PM) sebagai jurusan baru, jurusan Muamalah Jinayah (MJ) sebagai ganti jurusan Perdata dan Pidana Islam. Enam tahun kemudian tepatnya 1995-1996 terjadi lagi perubahan. Jurusan Peradilan Agama (PA) berubah nama dengan Ahwal Al-Syakhshiyah (AS), Jurusan Perbandingan Mazhab (PM), berubah menjadi Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), Jurusan Mu'amalah Jinayah dimekarkan menjadi dua jurusan yaitu Jurusan Muamalah (Modal Praktikum Elektronika Digital dan Jurusan Jinayah Siyasah (JS)).³⁹

Kemudian pada tahun 1997-1998 jurusan-jurusan tersebut mengalami sedikit perubahan nama. Jurusan Al-Syakhsiyah yang semula disingkat menjadi AS berubah menjadi AH. Jurusan Muamalah tidak mengalami perubahan. Jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), Jurusan Syasah Jinayah (SJ) menjadi jurusan Jinayah Siyasah (JS). Mulai tahun akademik 1998-1999 dibuka jurusan baru, yaitu Manajemen (MEN) dan program D. III Manajemen Perusahaan (MP). Setelah berjalan menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, maka pada tahun 2001-2003, jurusan manajemen

³⁹ Ibid



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan program D III Manajemen Perusahaan menjadi Fakultas sendiri, yaitu Fakultas Ekonomi. Mulai sejak tahun itu, maka pelaksanaan Administrasi dan akademik terpisah dari Fakultas Syariah.

Perkembangan Ilmu Ekonomi Islam yang pesat di Indonesia menuntut Fakultas Syariah untuk membuka jurusan baru, pada tahun 2002-2003 dibukalah Jurusan Ekonomi Islam (EI) program studi Ekonomi Perbankan Syariah S1 yang lebih berbasis Syariah, yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998 kemudian pada tahun akademik berikutnya, yaitu tahun akademik 2003-2004 Fakultas Syariah membuka Program Studi Diploma Tiga (D.III) Perbankan Syariah. Dan pada tahun akademik 2007-2008 dibuka pula jurusan baru yaitu Ilmu Hukum (IH).

Dengan perubahan status Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau, yang ditandai dengan keluarnya Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No.2 Tahun 2005 tertanggal 4 Januari 2005 dan disusun dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Ekonomi Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dengan paradigma Integralisme Ilmu Pengetahuan Islam, maka Fakultas Syariah diubah nama menjadi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Penggabungan ilmu-ilmu syariah dengan ilmu hukum dalam satu fakultas merupakan suatu tuntutan zaman baik dilihat dari aspek filosofis akademik, maupun dilihat dari aspek sosiologis dan ekonomis.⁴⁰

Secara filosofis, perubahan nama Fakultas Syariah menjadi fakultas syariah dan ilmu hukum berkaitan dengan kenyataan munculnya kesadaran

⁴⁰ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan pencerahan baru di dunia Islam terhadap paradigma pendidikan modern. Dari aspek sosiologis, fakultas Syariah dan Ilmu hukum UIN Suska Riau juga dihadapkan pada tantangan otonomi perguruan tinggi yang sudah mulai diterapkan di beberapa perguruan tinggi di Indonesia dalam bentuk BHMN. Departemen Agama sedang mempersiapkan model otonomi melalui bentuk lain yaitu Badan Layanan Umum (BLU). Kemudian tahun 2013-2014, fakultas Syariah dan Ilmu Hukum berubah nama menjadi Fakultas Syariah dan Hukum.

B. Letak Geografis dan Demografis Fakultas Syariah dan Hukum

Fakultas Syariah dan Hukum merupakan fakultas yang berada di lingkungan kampus II Raja Ali Haji UIN Suska Riau. Kampus ini terletak di jalan Raya Pekanbaru-Bangkinang Km.15 RT.03 RW.06 Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, letaknya berdekatan dengan pembatasan Kota madya Pekanbaru dengan Kabupaten Kampar dengan jarak tempuh lebih kurang 30 m dari persimpangan pintu gerbang kampus letaknya yang letaknya jauh dari pusat kota bisa ditempuh dengan menggunakan kendaraan roda dua atau angkutan umum seperti oplet dan bus yang siap mengantarkan mahasiswa sampai ke kampus. Kampus Raja Ali Haji memiliki luas lebih kurang 60 Ha yang terdiri dari bangunan-bangunan seperti gedung rektor, pusat komputer, perpustakaan, perkantoran, gedung-gedung perkuliahan, pusat kegiatan mahasiswa, Islamic Center, kantin, lapangan sepakbola, sarana jalan dan bangunan-bangunan baru yang sedang tahap pembangunan.⁴¹

⁴¹Ibid.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

1. Visi

Visi Fakultas Syariah dan Hukum adalah mewujudkan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai lembaga pendidikan tinggi Islam pilihan utama dalam bidang Hukum dan Pranata Sosial secara integral tahun 2023.⁴²

2. Misi

- Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan profesional dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integral.
- Melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma Islami.
- Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dengan menggunakan paradigma Islami.
- Menyiapkan Sumber Daya Manusia, sarana dan prasarana untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Islam di bidang hukum dan pranatan sosial.

3. Tujuan

- Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu hukum, ekonomi Syari'ah dan pranata sosial dalam paradigma Syari'ah.

⁴² <https://uin-suska.ac.id/fakultas/fakultas-syariah-dan-hukum/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang hukum, ekonomi Syari'ah dan pranata sosial yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- c. Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani.
- d. Terlaksananya program Tridharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing Fakultas Syariah dan Hukum pada tingkat dunia.⁴³

D. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Hukum

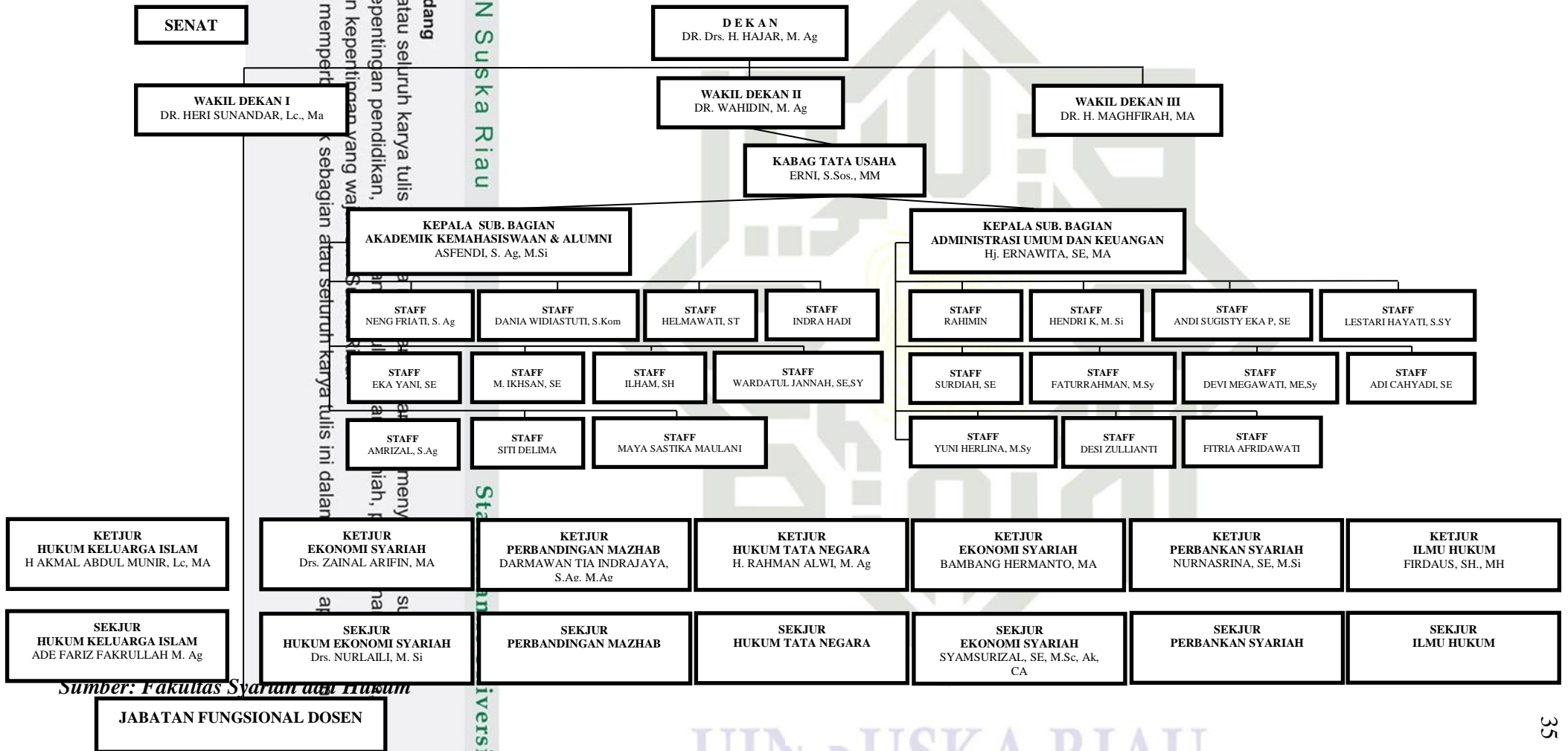
Fakultas Syariah dan Hukum adalah salah satu untuk pelaksanaan akademik Universitas Islam Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau, yang melaksanakan sebagai tugas dari fungsi UIN yang berada dibawah Rektor.

Susunan organisasi Fakultas Syariah dan Hukum terdiri dari:

1. Dekan dan wakil dekan.
2. Senat Fakultas
3. Jurusan/Program Studi
4. Tata Usaha
 - a. Sub Bagian Akademik dan Kemahasiswaan
 - b. Sub Bagian Umum
5. Dosen/Staf Pengajar
6. Mahasiswa

⁴³ Ibid.

Gambar 2.1
BAGAN STRUKTUR ORGANISASI PIMPINAN DAN KARYAWAN
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU



Sumber: Fakultas Syariah dan Hukum

Perkembangan Program Studi Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi dengan cara Islami. Yang dimaksud dengan cara-cara Islami disini adalah cara-cara yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Secara singkat ekonomi syariah dinamakan untuk mempelajari usaha manusia untuk mencapai falah dengan sumber daya yang ada melalui mekanisme pertukaran.

Program studi ekonomi syariah salah satu dari program studi yang ada di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan tujuannya untuk menghasilkan sarjana ekonomi syariah yang ahli dalam bidang pengembangan dan penerapan teori ekonomi syariah dan perbankan syariah. Dari tahun ke tahun ajaran baru, perkembangan program studi ekonomi syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat baik pada kuantitas mahasiswa maupun pada tataran teoritis konseptual.⁴⁴

Perkembangan ini tentu saja mengembirakan, karena merupakan cerminan dari semakin meningkatnya kesadaran umat Islam dalam menjalankan syariat Islam. Dengan demikian, program studi ekonomi syariah harus diberi perhatian yang utuh dan komprehensif untuk konsistensi penerapan dan pengembangan ekonomi syariah dalam tataran sistem kontemporer yang tidak saja dituntut untuk dapat memiliki daya saing yang tinggi, tetapi juga kembali pada *muqashid asy syariah* itu sendiri.

⁴⁴ Masrizal, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau", (Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum, 2017), h.29-30. t.d.

Gambaran Umum Ojek Online

1. Sejarah Ojek Online di Indonesia

Beberapa tahun terakhir, Indonesia mengalami transformasi dalam hal transportasi. Perkembangan teknologi yang semakin modern telah merambah dunia transportasi Indonesia. Hal ini terlihat dari bermunculannya model transportasi berbasis online pada kota-kota besar di Indonesia. Jasa transportasi berbasis online disebut juga dengan aplikasi *ridesharing* yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2011. Pada awal kemunculannya dimulai oleh aplikasi Uber yang mengusung UberTaxi sebagai bisnis layanan transportasi berbasis aplikasi online. Kemudian diikuti dengan kemunculan Go-Jek, GrabBike, GrabTaxi dan aplikasi berbasis online lainnya. Fenomena jasa transportasi berbasis aplikasi online sebenarnya merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah di dapatkan, nyaman, cepat dan murah.

2. Profil PT Grab Indonesia

Grab adalah perusahaan teknologi asal Malaysia yang berkantor di Singapura yang menyediakan aplikasi layanan transportasi angkutan umum meliputi kendaraan bermotor roda 2 maupun roda 4. Perusahaan Grab hanya perusahaan teknologi yang meluncurkan aplikasi saja dan untuk kendaraannya sendiri adalah kendaraan milik mitra yang sudah bergabung di PT Grab Indonesia.⁴⁵

⁴⁵ <http://www.grab.com> (diakses tanggal 24 April 2019)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Transportasi kini sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi kaum urban. Saat ingin menembus kemacetan Ibu Kota. Pesatnya perkembangan teknologi, dapat membantu masyarakat ketika tetap membutuhkan transportasi nyaman, tetapi kadang malas memacu kendaraan pribadi. Transportasi bisa dipanggil hanya dengan sentuhan pada layar ponsel.

Grab atau yang sebelumnya dikenal dengan GrabTaxi adalah sebuah perusahaan yang berasal dari Singapura yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia dan Filipina. Grab memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara.

Grab merupakan platform pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara. Grab bermula dari aplikasi pemesanan taksi pada 2012 yang kemudian mengembangkan platform produknya termasuk layanan pemesanan mobil sewaan dan ojek. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan dan kepastian. Sebagai bagian dari budaya inovatifnya. Grab saat ini tengah melanjutkan uji coba beberapa layanan baru seperti carpooling serta layanan pesanantar makanan.

Dengan aplikasi Grab calon penumpang dapat dengan mudah mencari driver untuk menuju ke lokasi tujuan, sehingga kita tidak perlu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunggu waktu yang lama untuk mendapatkan transportasi yang diperlukan. Grab didirikan pada tahun 2011 di Malaysia dan untuk pendiri Grab adalah Anthony Tan bersama rekannya Tan Hooi. Dari tahun 2011 sampai saat ini tahun 2019 Grab berkembang pesat dan menjadi salah satu penyedia aplikasi transportasi online di Indonesia.

Perkembangan Grab di Indonesia bertahap. Mulai dari muncul dengan nama Grabtaxi, kemudian berganti nama hingga logo. Grabcar dan GrabBike di Indonesia tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan tahun 2015. Pada tahun 2016 layanan GrabBike di Indonesia telah tumbuh 300 persen (year to date). Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. Grab secara khusus memfokuskan bisnisnya di Jakarta, yang didiami oleh lebih dari 30 juta penduduk, dimana Grab memberikan jasa layanan ojek, penyewaan mobil pribadi dan pemesanan taksi online. Grab juga melakukan ekspansi platform multi-layanannya ke lebih dari delapan megacity di luar Kota Jakarta, dengan total populasi sebesar 38 juta. Indonesia merupakan negara keempat terbesar dari segi populasi, dengan total penduduk lebih dari 250 juta. Grab menawarkan pilihan layanan pemesanan kendaraan terbanyak di sebagian besar pasar Asia Tenggara, yang telah diunduh lebih dari 17 juta perangkat dan 320.000 pengemudi di 30 kota di seluruh Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, dan Vietnam.⁴⁶

⁴⁶ Ibid

3. Manfaat PT Grab Indonesia

Berikut ini manfaat yang diberikan dari Grab adalah:

a. Efisien

Manfaat dari Grab berikut ini adalah keefisienan waktu yang diberikan. Di kota besar yang serba padat terkadang membuat sebagian orang merasa malas keluar rumah karena hampir sebagian waktu di gunakan untuk macet dijalanan. Saat kebutuhan mengharuskan keluar rumah tapi tidak bisa maka orang bisa menggunakan jasa Grab ini agar membantu untuk melakukan aktivitas lain dari dalam rumah. Dengan ini waktu akan menjadi sangat efisien.

b. Mudah

Manfaat Grab yang paling terasa di dunia yang penuh dengan kecanggihan ini adalah mudah karena bisa dilakukan secara online di rumah atau di manapun kita berada dan tidak perlu harus bersusah payah untuk keluar rumah.

c. Praktis

Praktis digunakan untuk mengirimkan barang, mengantar ke tempat tujuan, memesan makanan dan lainnya.

d. Nyaman

Kenyamanan merupakan syarat telak untuk membuka usaha pelayanan seperti Grab. Dengan rasa nyaman yang dirasakan oleh pelanggan bisa jadi mereka akan tetap setia menjadi pelanggan. Grab

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan layanan dan rasa kenyamanan kepada para penumpang untuk sampai pada tempat tujuannya.

e. Cepat

Jika ingin pergi ke suatu tempat misalnya kekampus dan jalanan di luar begitu macet dan ramai, Grab bisa menjadi pilihan yang tepat. Jasa pelayanan dari Grab membuat aktivitas tak terhambat dan cepat teratasi karena Grab akan langsung siap siaga mengantarkan para penumpangnya ke tujuan.

f. Aman

Grab juga memiliki perlindungan keamanan yang lengkap tidak hanya bagi pengendara tapi para penumpang juga di beri kelengkapan keamanan yang baik untuk keamaan saat berkendara. Grab akan menyediakan helm untuk melindungi kepada saat berkendara.

4. Visi dan Misi PT Grab Indonesia**a. Visi**

Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya.

b. Misi

Misi PT Grab Indonesia ada 3, yaitu:

- 1) Menjadi penyedia layanan teraman di Asia Tenggara.
- 2) Memberikan layanan yang mudah diakses oleh banyak orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Meningkatkan kehidupan para partner, baik pengemudi maupun penumpang.

Fitur Aplikasi Grab

Grab banyak memiliki fitur layanan, diantaranya:

- a. GrabTaxi, adalah layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman.
- b. GrabCar, adalah penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya.
- c. GrabBike, adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar ke berbagai tempat, lebih mudah dan lebih cepat tanpa perlu menunggu waktu lama.
- d. GrabExpress, adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian dan paling utama adalah keamanan.
- e. GrabFood, adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia.

5. Profil PT GO-JEK Indonesia

PT GO-JEK adalah perusahaan transportasi yang berada dibawah naungan pemuda pemuda yang sangat kreatif yang terletak di Jakarta Selatan tepatnya di kawasan Kemang, menjadi perusahaan transportasi yang menyajikan pelayanan jasa angkut yang menghubungkan ojek dengan penumpang ojek. Membantu para tukang ojek mendapatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penumpangnya dengan lebih cepat dan efisien. Memobilisasikan ojek menuju dunia smartphone bahkan mobile banking

Bermula di tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, Go-Jek tumbuh menjadi *online-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya.⁴⁷

Go-Jek Indonesia berdiri pada tahun 2011 sebagai *social entrepreneurship* inovatif untuk mendorong perubahan sektor transportasi informasi agar dapat beroperasi secara profesional yang melayani angkutan manusia dan barang melalui jasa ojek. Perusahaan ini lahir dari ide sang CEO dan *Managing Director* Nadiem Makarim yang mengaku seorang pengguna ojek.

Go-Jek juga merupakan perusahaan angkutan roda dua pertama yang menggunakan media teknologi berupa aplikasi untuk melakukan pemesanannya. Nadiem memanduk teknologi di usahanya ini dimana konsumen bisa menggunakan aplikasi di smartphone untuk menggunakan layanan Go-Jek. Selain itu ojeknya pun dilengkapi dengan GPS sehingga posisi ojek bisa dipantau melalui smartphone. Tarifnya pun bisa terukur dari seberapa jauh jarak yang ditempuh.

Manajemen Go-Jek menerapkan sistem bagi hasil dengan sekitar 1000 pengemudi ojek yang saat ini berada di bawah naungan Go-Jek.

⁴⁷ <http://www.go-jek.com/about/>, (artikel diakses tanggal 25 april 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pembagiannya adalah 80% penghasilan untuk pengemudi ojek dan 20% nya untuk Go-Jek. Pada Januari 2015 member Go-Jek telah mencapai 160an pengemudi ojek yang beroperasi. Dan di Maret 2015 berdasarkan keterangan Nadim Makarim (*Founder Go-Jek*) meningkat menjadi 3300-an pengemudi. Nadim Makarim menyatakan bahwa dengan menjadi bagian dari Go-Jek bisa meningkatkan penghasilan para supir ojek, karena tidak hanya mengantar orang/customer, dengan aplikasi Go-Jek ini supir ojek benar-benar dimaksimalkan fungsinya. Tentu saja dengan kendali dari Go-Jek transaksi menjadi lebih aman. Go-Jek tidak hanya memberikan pelayanan dalam transportasi angkutan orang saja, uniknya perusahaan ini memiliki pelayanan lainnya yang ada di aplikasi Go-Jek seperti:

- a. *Instant courier*

Go-Jek bisa dimanfaatkan sebagai pengantar barang secara “*real time*”. Biaya yang dibayar tentu saja sesuai dengan jarak tempuh yang secara otomatis sudah tertera di aplikasi. Baik dokumen maupun barang bisa diantar. Dengan catatan untuk barang yang akan dikirimkan tidak boleh melebihi dari pada jarang stang motor dan tinggi pengemudi.

- b. *Transportation*

Ini merupakan fungsi utamanya yaitu sebagai sarana transportasi umum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Go-Food*

Layanan ini berfungsi untuk memesan makanan dengan menggunakan jasa Go-Jek dan langsung diantarkan kepada pemesannya.

d. *Shopping*

Layanan ini digunakan untuk membeli/belanja suatu barang dan langsung diantarkan kepada pemesannya melalui Go-Jek.⁴⁸

6. Visi dan Misi PT Go-Jek Indonesia**a. Visi**

Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek.

b. Misi

Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada konsumen, membuka lapangan kerja selebar-lebarnya bagi masyarakat Indonesia serta meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.

⁴⁸ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Tarif Harga

1. Pengertian Tarif Harga

Dalam kamus Bahasa Indonesia tarif merupakan harga satuan jasa, biaya, sewa, atau ongkos yang diberikan kepada pemberi jasa.⁴⁹ Istilah harga dalam bisnis jasa ditemui dengan banyak sebutan. Konsultan profesional menggunakan istilah harga dengan sebutan *fee*. Bank menggunakan istilah *service charge*, jasa jalan tol atau jasa angkutan menggunakan istilah tarif, apartemen menggunakan istilah sewa, dan sebagainya.⁵⁰ Menurut Sayyid Sabiq, tarif adalah apa yang sama-sama disetujui oleh kedua belah pihak yang berinteraksi baik harga itu lebih besar, lebih kecil, atau sama. Tarif pada angkutan adalah harga yang diberikan oleh konsumen kepada pemberi jasa angkutan secara tunai.⁵¹

Harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang

⁴⁹Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Edisi tiga, (Jakarta:Balai Pustaka, 2007), h. 811

⁵⁰Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), edisi pertama, h. 88-90

⁵¹ Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: Reality Publisher, 2008), h. 201.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam bersaing.⁵²

Menurut Philip Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk dan jasa. Secara lebih luas harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.⁵³ Dan menurut Basu Swastha dan Irawan harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.⁵⁴ Di sisi lain, Gitosudarno mengemukakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Bagi pelaku usaha, harga merupakan imbalan yang berupa pembayaran yang diterima oleh karena telah menyerahkan suatu produk barang atau jasa kepada konsumen. Sebaliknya, harga bagi konsumen merupakan pengorbanan yang telah dikeluarkan guna memperoleh produk barang dan atau produk jasa.⁵⁵

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengemukakan bahwa harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga juga

⁵² Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), h. 102.

⁵³ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), h. 47.

⁵⁴ Basu Swashta & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), h. 241.

⁵⁵ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 199.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas (*feature*) produk dan perjanjian distribusi. Pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi perusahaan.⁵⁶

2. Dasar-dasar Penetapan Harga

Strategi penetapan harga dapat dianalogikan seperti tumpuan berkaki tiga, dimana tiga buah kaki yang mendasarinya adalah biaya, kompetisi, dan nilai.⁵⁷

- a. Penetapan harga berdasarkan biaya, harga dapat ditetapkan dalam kaitannya dengan biaya finansial. Perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan harus menutup semua biaya dalam memproduksi dan memasarkan jasa dan kemudian menambah margin yang mencukupi untuk memperoleh laba yang memuaskan
- b. Penetapan harga berdasarkan persaingan, perusahaan yang memasarkan jasa yang relatif tidak berbeda dari tawaran pesaing harus terus mengawasi harga yang dikenakan pesaing dan berupaya untuk menerapkan harga yang sesuai.
- c. Menetapkan harga berdasarkan nilai, tidak seorangpun pelanggan mau membayar jasa lebih tinggi daripada yang ia anggap pantas, jadi seorang pemasar mungkin perlu melakukan suatu riset untuk

⁵⁶ Muhammad Fakhru Rizky Nst, Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan", *Jurnal Manajemen & Bisnis Vol. 14 No. 02*, (Medan:UMSU, 2014), h. 137.

⁵⁷ Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan bagaimana pelanggan memahami nilai jasanya. Nilai dapat berbeda tergantung pada situasi. Misalnya, orang mungkin bersedia membayar lebih mahal untuk jasa perbaikan dalam keadaan darurat (seperti kerusakan mobil pada malam hari di musim dingin yang bersalju).⁵⁸

3. Tujuan Penentuan Harga

Sebuah perusahaan mungkin memiliki beberapa tujuan penentuan harga dengan berjalannya waktu, dan perusahaan harus memformulasikan tujuan-tujuan ini dengan jelas sebelum mengembangkan strategi harga keseluruhan, tujuan penentuan harga, yaitu:⁵⁹

- a. Mencapai sasaran pengembalian atas investasi (*return on investment*) atau laba tertentu, pada akhirnya tujuan perusahaan adalah menghasilkan laba dengan menyediakan barang dan jasa kepada pihak lain. Tujuan penentuan harga jangka panjang bagi hampir seluruh perusahaan adalah mengoptimalkan laba.
- b. Membangun arus lalu lintas produk. Pasar swalayan sering mengiklankan produk-produk tertentu pada harga modal atau di bawahnya untuk menarik orang-orang datang ke toko. Tujuan jangka panjangnya adalah menghasilkan laba dengan memenuhi tujuan jangka pendek membangun basis pelanggan.

⁵⁸Christopher Lovelock, Lauren Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, alih bahasa oleh Agus Vidyantoro (Jakarta:PT. Indeks, 2007), cet. Ke-2, h.247-248.

⁵⁹ *Ibid.* h. 138

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Mendapatkan pangsa pasar lebih besar. Satu cara untuk menangkap pangsa pasar yang lebih besar adalah dengan menawarkan tingkat suku bunga kredit yang rendah, suku bunga leasing yang rendah, atau potongan harga.
- d. Menciptakan suatu citra. Jam tangan tertentu, parfum dan produk-produk lain yang tampak secara sosial diberi harga tinggi untuk memberikan citra eksklusif dan status.
- e. Mencapai tujuan-tujuan sosial. Sebuah perusahaan mungkin ingin memberi harga produknya sangat rendah, sehingga orang-orang yang hanya memiliki sedikit uang dapat membeli produk tersebut. Pemerintah sering terlibat dalam penentuan harga hasil peternakan, sehingga setiap orang dapat memperoleh kebutuhan-kebutuhan dasar, seperti susu dan roti dengan harga murah.⁶⁰

Sasaran penetapan harga dibagi menjadi tiga, yaitu:⁶¹

- a. Berorientasi pada laba

Perusahaan menetapkan harga untuk produknya atau jasa yang diberikan atas dasar sasaran mencapai persentase tertentu untuk pengembalian investasi atau laba penjualan bersih. Para pengecer dan grosir banyak yang mendayagunakan target laba penjualan bersih sebagai sasaran penetapan harga jangka pendek. Ada dua alasan mengapa para pemuda industri sering mendayagunakan penetapan

⁶⁰ *Ibid*, h. 139.

⁶¹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran* Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1984) edisi Ke-7, jilid I, h. 311-315.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga atas dasar target laba. *Pertama*, perusahaan yang besar lebih bebas dari persaingan dalam menetapkan harga dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil. *Kedua*, dalam perusahaan besar yang multidivisi sasaran berdasarkan target laba bisa didayagunakan sebagai dasar obyektif untuk menilai penampilan atau presentasi berbagai devisinya.

b. Berorientasi pada penjualan

Perusahaan yang mendayagunakan sasaran tipe ini memuaskan perhatian pada volume penjualan, dalam situasi seperti ini, sasaran penetapan harga bisa diarahkan pada peningkatan volume penjualan, mempertahankan pangsa pasar perusahaan atau meningkatkannya. Sasaran penetapan harga biasanya dinyatakan dalam persentase kenaikan volume penjualan selama periode tertentu. Para pengecer mendayagunakan sasaran seperti ini sewaktu mereka berusaha meningkatkan penjualan dari tahun lalu dalam persentase tertentu. Perusahaan yang mempunyai sasaran penetapan harga tipe ini memusatkan perhatian pada upaya mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasarnya.

c. Berorientasi pada usaha mempertahankan status quo.

Saran penetapan harga tipe ini mempunyai dua sasaran yang erat berkaitan, yakni menstabilkan harga dan menangkai persaingan. Stabilitas harga sering menjadi sasaran industri-industri yang mempunyai pemuka atau pemimpin harga (*price leader*). Terutama

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4 Strategi Harga

- a. Strategi harga *skimming*, strategi harga yang memberikan harga tinggi pada produk baru untuk menghasilkan laba optimal saat hanya ada sedikit persaingan.
- b. Strategi penetrasi, strategi harga yang memberi harga rendah pada produk untuk menarik lebih banyak pelanggan dan menghalau pesaing.
- c. Harga berorientasi permintaan, harga berdasarkan permintaan konsumen dan bukan atas biaya.
- d. Harga berorientasi persaingan, harga berdasarkan atas harga pesaing.
- e. Kepemimpinan harga, terjadi saat seluruh pesaing mengikuti praktik harga dari satu atau lebih perusahaan dominan.⁶²

5 Faktor-faktor Harga Yang Mempengaruhi Daya Tarik Konsumen

Untuk menarik para konsumen, maka produsen atau para penjual dapat menggunakan kebijakan harga promosi dan diskriminasi harga.

Harga promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti:

- a. Menjual barang dibawah harga pasar (*loss leader pricing*), dengan tujuan untuk menarik para konsumen baru.

⁶² *Ibid*, h. 146

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Menetapkan harga khusus pada peristiwa-peristiwa tertentu, misalnya pada hari ulang tahun perusahaan, ulang tahun kota, atau pada hari-hari khusus lainnya.
- c. Memberikan potongan pada pembelian yang dilakukan secara kontan atau pembelian dalam jumlah banyak.
- d. Memberikan berbagai macam bonus pada setiap pembelian.
- e. Memberikan harga berbeda, atau dengan istilah lain memberikan diskriminasi harga disebabkan karena: segmen konsumen, anak-anak, dewasa, orang tua, lokasi pembeli, waktu, seperti tarif telepon, tarif bus, dan sebagainya berbeda pada jam padat dan jam sepi.

Namun adakala konsumen tidak peka atau tidak peduli dengan perbedaan harga yang dilancarkan oleh produsen, biar mahal tapi dibeli juga. Hal ini karena berbagai alasan seperti:

- a. Barangnya unik, langka, bergengsi mempunyai nilai seni tertentu yang diminati oleh orang-orang tertentu saja.
- b. Produk tersebut tidak ada penggantinya, seperti onderdil mobil merek tertentu, sangat diperlukan dan tidak ada barang substitusi.
- c. Konsumennya adalah orang-orang berpenghasilan tinggi.
- d. Pengguna produk merupakan pelengkap barang sudah dibeli sebelumnya
- e. Persediaan barang makin menipis dipasar, jadi terpaksa harus dibeli.⁶³

⁶³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 178.

6. Indikator Tarif Harga

Menurut Kotler dan Amstrong, ada empat ukuran yang mencirikan tarif harga, adalah: keterjangkauan tarif, kesesuaian tarif dengan kualitas, kesesuaian tarif dengan manfaat, dan tarif sesuai kemampuan atau daya beli.

Di bawah ini penjelasan empat ukuran tarif, yaitu :

a. Keterjangkauan tarif.

Konsumen bisa menjangkau tarif yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan tarifnya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan tarif yang ditetapkan para konsumen banyak membeli produk atau jasa.

b. Kesesuaian tarif dengan kualitas.

Tarif sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih tarif yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila tarif lebih tinggi cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

Kesesuaian tarif dengan manfaat.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

7. Harga Menurut Ekonomi Islam

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam penentuan harga.⁶⁵ Menurut Ibnu Taimiyah mengenai ketentuan harga ada dua hal yang sering dibahasnya, yaitu kompensasi yang setara/adil (*'iwad al-mitsl*) dan harga yang setara/adil (*thaman al mitsl*). Kompensasi yang adil adalah penggantian sepadan yang merupakan nilai harga yang setara diukur dan taksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi keadilan. Harga yang adil adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya ditempat dan waktu tertentu.⁶⁶ Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Pada prinsipnya transaksi harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan

⁶⁴ Desi Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS)" Jurnal, (Medan:USU,2015), h. 37, t.d.

⁶⁵ Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), edisi pertama, cet. Ke-1, h. 285.

⁶⁶ Veithzal Rivai Zainal, M. Syafei Antonio, Muliawan Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), h. 229.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualannya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya.⁶⁷

Dalam konsep Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu atau adanya kekeliruan objek transaksi dalam melakukan transaksi barang tertentu pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian Islam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan para penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam rangka keadilan, yakni tidak ada yang menzalimi atau dizalimi.⁶⁸ Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nisa'(4) : 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya :*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka*

⁶⁷ Ibid, h. 286.

⁶⁸ Abdiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Miskro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 173.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di antara kamu, dan janganlah membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁶⁹

Transaksi ekonomi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga.

Agar transaksi memberikan keadilan bagi seluruh pelakunya maka harga juga harus mencerminkan keadilan. Konsep harga yang adil telah dikenalkan oleh Rasulullah SAW, yang kemudian banyak menjadi bahasan bagi para ulama di masa kemudian. Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, termasuk juga dalam menentukan harga.⁷⁰ Untuk menegakkan prinsip adil ini maka praktek riba, gharar, dan maysir harus dihilangkan.

Riba adalah pengambilan penambahan dari harta pokok atau modal secara bathil.

Salah satu syarat sah jual beli adalah saling rela antara dua belah pihak. Kerelaan antara dua belah pihak untuk melakukan transaksi adalah syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS.

Annisa’/4:29.⁷¹ Setiap transaksi dalam Islam juga harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara dua belah pihak (*‘an taradin minkum*). Kedua belah pihak harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi(ditipu), karena ada sesuatu dimana salah satu tidak mengetahui informasi pihak lain. Ini dapat terjadi dalam hal kuantitas, kualitas, harga dan waktu. Dalam Islam dilarang adanya unsur gharar atau

⁶⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung: Madina, 2014), h.65.

⁷⁰ Hendrie Anto, *Op.cit*, h. 28.

⁷¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidakpastian/ ketidakjelasan (*uncertainty*). Gharar ini terjadi apabila mengubah sesuatu yang seharusnya bersifat pasti menjadi tidak pasti. Gharar dapat terjadi dalam empat hal yaitu kuantitas, kualitas, harga dan waktu. Dalam Islam juga tidak membolehkan adanya unsur *tadlis* atau penipuan. *Tadlis* atau penipuan dalam bermuamalah adalah menyampaikan sesuatu dalam transaksi bisnis dengan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada pada sesuatu tersebut..⁷²

Tadlis dalam harga contohnya memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk diatas harga pasar. Misalnya, seorang tukang becak yang menaikkan tarif becaknya 10 kali lipat dari tarif normalnya. Menurut Ibnu Taimiyah sebagaimana yang dikutip oleh Heri Sudarsono dalam bukunya mengatakan bahwa Islam membolehkan bahkan mewajibkan pemerintah melakukan investasi harga bila kenaikan harga disebabkan adanya distorsi terhadap permintaan dan penawaran. Kebolehan intervensi harga antara lain karena:⁷³

- a. Intervensi harga menyangkut kepentingan masyarakat yaitu melindungi penjual dalam hal tambahan keuntungan (profit margin) sekaligus melindungi pembeli dari penurunan daya beli.
- b. Bila kondisi menyebabkan perlunya intervensi harga, karena jika tidak dilakukan intervensi harga, penjual akan menaikkan harga dengan cara ikhtikar, yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal

⁷² *Ibid*, h.36.

⁷³ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam : Suatu Pengantar*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2004) edisi pertama, cet. Ke-3, h. 222.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Oleh karenanya pemerintah dituntut proaktif dalam mengawasi harga guna menghindari adanya kezaliman produsen terhadap konsumen.

- c. Pembeli biasanya mewakili masyarakat yang lebih luas, sedangkan penjual mewakili masyarakat yang lebih kecil, artinya intervensi harga harus dilakukan secara proporsional dengan melihat kenyataan tersebut.

Dalam salah satu bagian dalam bukunya, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga:

- a. Keinginan masyarakat (al-raghbah) atas suatu jenis barang berbeda-beda. Keadaan ini sesuai dengan banyak dan sedikitnya barang yang diminta (al-matlub) masyarakat tersebut. Suatu barang sangat diinginkan jika persediannya sangat sedikit daripada jika persediannya berlimpah.
- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah para peminta (tullab). Jika jumlah suatu jenis barang yang diminta meningkat, harga akan naik dan terjadi sebaliknya jika jumlah permintaannya menurun.⁷⁴

B. Minat**1. Pengertian Minat**

Pengertian minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah,

⁷⁴ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keinginan.⁷⁵ Menurut Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.⁷⁶ Minat ialah salah satu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya.⁷⁷

Menurut Muhibbin Syah minat merupakan kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.⁷⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang yang bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut disertai dengan perasaan senang.⁷⁹ Slameto berpendapat, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.⁸⁰

Yudrik Jahja juga berpendapat bahwa minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu

⁷⁵ Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: Reality Publisher, 2008)

⁷⁶ Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), cet. Ke-I, h. 113.

⁷⁷ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2011), h. 63.

⁷⁸ Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 152.

⁷⁹ Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

⁸⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h. 182.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.⁸¹ Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.⁸² Minat juga dapat diartikan sebagai “Kecendrungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan”. Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan Sadirman A.M, minat adalah “Kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengna dirinya”.⁸³

Minat merupakan aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan pada apa yang akan mereka lakukan. Minat adalah kesadaran suatu objek, orang, masalah atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Dalam kaitannya dengan pemasaran, seorang konsumen harus mempunyai keinginan terhadap suatu kategori produk terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk atau jasa tersebut. Hal inilah yang dimaksud oleh para pemasar dengan membangkitkan minat akan suatu kategori, yang juga disebut usaha menciptakan permintaan primer. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:228) minat beli adalah suatu

⁸¹ Yudrik Jahja, *Op.cit*, h. 63.

⁸² Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Fakultas Psikologi UGM:Yogyakarta, 1981), h.38.

⁸³ Sadirman A.M, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

model sikap seseorang terhadap objek barangnya yang sangat cocok dalam mengatur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu.⁸⁴

2. Ciri-Ciri Minat

Kecendrungan seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri:⁸⁵

- a. Kemauan untuk mencari informasi terhadap suatu produk atau jasa.

Konsumen yang memiliki minat, memiliki suatu kecendrungan untuk mencari informasi lebih detail tentang produk atau jasa tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

- b. Kesiediaan untuk membayar barang atau jasa.

Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.

⁸⁴ Sciffman, L.G & Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghelia Indonesia, 2004), edisi ke-7, 228.

⁸⁵ Roni Andesa, "Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis", artikel diakses pada 4 Januari 2019 dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minatkonsumen.html>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Menceritakan hal yang positif.

Konsumen yang memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa, jika ditanya konsumen lain maka secara otomatis konsumen tersebut akan menceritakan hal yang positif terhadap konsumen lain, karena konsumen yang memiliki suatu minat secara *eksplisit* memiliki suatu keinginan dan kepercayaan terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan.

- d. Kecenderungan untuk merekomendasikan

Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang atau jasa, selain akan menceritakan hal positif konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.⁸⁶

3. Indikator Minat

Minat beli menurut Tjiptono dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:⁸⁷

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ Muhammad Fakru Riszky Nst, Hanifa Yasin, *Op. Cit*, h. 141

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

4. Minat Menurut Ekonomi Islam

Minat merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mewujudkannya. Perilaku konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran dibarengi kekuatan moral, ketiadaan tekanan dan adanya keharmonisasian hubungan antara sesama.

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT. Prinsip dasar perilaku konsumen Islami dapat disimpulkan sebagai berikut:⁸⁸

⁸⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2, (Pasar, Perdagangan Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan dan Kontribusi)*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2014), h.94.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Prinsip Syariah

Menyangkut dasar syariat yang harus dipenuhi dalam melakukan konsumsi dimana terdiri dari:

1) Prinsip Akidah

Hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh pencipta.

2) Prinsip Ilmu

Seseorang ketika mengonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang atau jasa yang akan dikonsumsi oleh hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.

3) Prinsip Amaliah

Sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang telah diketahui, maka dia akan mengonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.

b. Prinsip Kuantitas

Sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, diantaranya:

1) Sederhana

Mengonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, mubazir, namun tidak juga pelit.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran

Dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.

3) Menabung dan Investasi

Tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.

c. Prinsip Prioritas

Dimana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:

1) Primer

Konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya.

2) Sekunder

Konsumsi untuk menambah atau meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, jika tidak terpenuhi maka manusia akan mengalami kesusahan.

3) Tersier

Konsumsi pelengkap manusia.

d. Prinsip Sosial

Memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya:⁸⁹

⁸⁹ Ibid, h. 95-96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Kepentingan Umat

Saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan sadaqah, infaq dan waqaf.

2) Keteladanan

Memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi baik dalam keluarga atau masyarakat.

3) Tidak membahayakan orang

Dalam mengkonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan medharat ke orang lain.

e. Kaidah Lingkungan

Dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.

Pada dasarnya manfaat dan mudharat sebuah barang atau jasa adalah semu bukan hakiki karena sangat dipengaruhi oleh waktu dan tempat juga konsumen sendiri, boleh jadi bermanfaat bagi seseorang namun mudharat bagi orang lain. Dalam Islam eksploitasi manfaat diharuskan proporsional dan profesional.

Islam menganjurkan untuk memanfaatkan barang dan jasa semaksimal mungkin namun pendayagunaan tersebut harus sejalan dengan kondisi dan keadaan barang dan jasa yang diambil manfaatnya, sehingga tidak menyebabkan kerusakan atau pencemaran lingkungan atau kerugian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak lain, karena tidak jarang orang yang terlalu berpikir ekonomi, bahkan ia tidak mau menyisakan sedikitpun peluang untuk tidak ia gunakan.

Ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya guna memenuhi kebutuhan akan barang dan jasa. Apabila kebutuhan dan keinginan lebih besar dari persediaan barang dan jasa akan terjadi kelangkaan. Karena keinginan dan kebutuhan memberi efek yang sama bila tidak membedakan antara kebutuhan dan keinginan.⁹⁰

Islam memiliki nilai moral yang ketat dalam memasukkan keinginan dalam motif aktifitas ekonomi. Kebutuhan didefinisikan sebagai segala keperluan dasar manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Sementara keinginan didefinisikan sebagai kemauan manusia atas segala hal. Kebutuhan harus lebih diutamakan daripada keinginan.

Konsep kebutuhan dalam Islam bersifat dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat. Pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang yang dulu dikonsumsi akibat motivasi keinginan, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut telah menjadi kebutuhan. Dengan demikian parameter yang membedakan definisi kebutuhan dan keinginan tidak bersifat statis, ia bergantung pada kondisi perekonomian serta kemaslahatan.

⁹⁰ *Ibid*, h. 96

Jasa

1. Pengertian Jasa

Jasa menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain, layanan, servis.⁹¹

Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain.⁹² Menurut William J. Stanton, jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan benda-benda berwujud atau tak berwujud.

Menurut Valarie A. Zeithami dan Mary Jo Bitner, jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.⁹³

Menurut Kotler dan Keller, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak.⁹⁴ Jasa adalah kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*Intangible*).

⁹¹ Tim Reality, *Op.cit.*, h. 217

⁹² Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 59.

⁹³ Buchari Alma, *Op.cit*, h. 243.

⁹⁴ Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, *Op. Cit*, h. 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.⁹⁵

Karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk adalah sifat jasa yang tidak dapat dilihat (tidak nyata) disamping keterlibatan konsumen secara aktif dalam proses penyampaian jasa. Peran tenaga manusia dalam hal ini kontak personel sangat penting artinya, karena mereka yang menentukan apakah penyampaian jasa ini berhasil atau tidak.

Jadi, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen.⁹⁶

2. Macam-macam Jasa

Berdasarkan tingkat kontak konsumen, jasa dapat dibedakan kedalam kelompok sistem kontak tinggi (*high-contact system*) dan sistem kontak rendah (*low-contact system*). Pada kelompok sistem kontak tinggi, konsumen harus menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa, contohnya jasa pendidikan, rumah sakit, dan transportasi. Sementara itu,

⁹⁵ Adryan Payne, *The Essence Of Service Marketing, Pemasaran Jasa*, alih bahasa oleh Fandy Jiptono, (Yogyakarta : Andi, 2000), h. 8.

⁹⁶ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Op.cit*, h. 6.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada kelompok sistem kontak rendah, konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa, contohnya, jasa reparasi mobil dan jasa perbankan.

Berdasarkan kesamaannya dengan operasi manufaktur, jasa dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu jasa murni, jasa semimanufaktur, dan jasa campuran. Jasa murni (*pure service*) merupakan jasa yang tergolong kontak tinggi, tanpa persediaan, atau dengan kata lain sangat berbeda dengan manufaktur, contohnya jasa tukang cukur atau ahli bedah yang memberikan perlakuan khusus (unik) dan memberikan jasanya pada saat konsumen di tempat. Sebaliknya, jasa semimanufaktur (*quasimanufacturing service*) merupakan jasa yang tergolong kontak rendah, memiliki kesamaan dengan manufaktur, dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari proses produksi jasa, contohnya, jasa pengantaran, perbankan, asuransi, dan kantor pos. Sementara itu, jasa campuran (*mixed service*) merupakan kelompok jasa yang tergolong kontak menengah (*moderate-contact*), gabungan beberapa sifat jasa murni dan jasa semimanufaktur, contohnya jasa bengkel, *dry cleaning*, ambulans, pemadam kebakaran, dan lain-lain.

Berdasarkan klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization—WTO*), sesuai dengan *GATS /WTO-Central Product Classification /MTN.GNS/W/120*, ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi jasa-jasa berikut ini:⁹⁷

⁹⁷ *Ibid.* h. 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- a. Jasa Bisnis
- b. Jasa Komunikasi
- c. Jasa Konstruksi dan Jasa Teknik
- d. Jasa Distribusi
- e. Jasa Pendidikan
- f. Jasa Lingkungan Hidup
- g. Jasa Keuangan
- h. Jasa Kesehatan dan Jasa Sosial
- i. Jasa Kepariwisata dan Jasa Perjalanan
- j. Jasa Rekreasi, Budaya, dan Olahraga
- k. Jasa Transportasi
- l. Jasa lain-lain.

Dalam penyampaian jasa kepada konsuen, ada beberapa macam cara yaitu:

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa
- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung, penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, atau surat.⁹⁸

⁹⁸ Ibid, h. 74.

3. Karakteristik Jasa

Jasa mempunyai ciri khusus. Ada empat ciri, yaitu:

a. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa tidak dapat diraba karena tidak ada wujudnya, tidak dapat dilihat, dan tidak dapat disimpan. Sebaliknya, produk adalah barang yang berwujud. Jasa cenderung berupa kinerja bukan berupa objek sehingga lebih sulit bagi konsumen melakukan penilaian.

b. Beragam atau bervariasi

Beragam yaitu jasa tidak dapat distandarisasikan. Jasa mempunyai variasi dalam bentuk, kualitas, dan jenisnya tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Berbeda dengan barang karena mempunyai bentuk, ukuran, dan berat yang bisa distandarisasikan.

Kualitas jasa tergantung kepada orang yang memberikan pelayanan. Perbedaan pelayanan sangat ditentukan oleh kecakapan, kecepatan atau kualitas dari masing-masing orang. Keragaman atau variasi pelayanan menjadi karakter dari bisnis jasa.

c. Tidak dapat dipisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi dan penerima. Pada umumnya ketika jasa dihasilkan, pada waktu itu juga jasa itu dikonsumsi oleh konsumen. Berbeda dengan barang dimana barang pada umumnya diproduksi, ditempatkan di gudang dan dikonsumsi kemudian. Pada umumnya pelayanan jasa mempunyai interaksi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung antara penyedia jasa yaitu antara pemberi dan penerima jasa. Namun besarnya keterlibatan ini tergantung bentuk jasa yang ditawarkan.

- d. Tidak memerlukan tempat penyimpanan

Penyimpanan produk yang berwujud menjadi masalah yang terasosiasi dengan biaya gudang, tetapi berbeda dengan jasa karena jasa tidak bisa disimpan. Jadi akan hangus dengan waktu.⁹⁹

Menurut Edwar W. Wheatley ada beberapa perbedaan jasa dan produk, yaitu:

- a. Pembelian jasa sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi.
- b. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang sifatnya berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dsb.
- c. Barang bersifat tahan lama, sedangkan jasa tidak. Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
- d. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
- e. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian halnya marketing jasa. Untuk menghadapi masa-masa puncak, dapat dilatih tenaga khusus.
- f. Adanya puncak yang sangat padat, merupakan masalah tersendiri oleh jasa. Pada masa puncak, ada kemungkinan layanan yang dipersingkat, agar dapat melayani pelanggan sebanyak mungkin, jika mutu jasanya

⁹⁹ Harman Malau, *Op.cit.* h. 59-61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak dikontrol, maka ia dapat berakibat negatif terhadap perusahaan, karena banyak pelanggan merasa tidak puas.

- g. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.
- h. Distribusinya bersifat mengemukakan tiga karakteristik jasa yaitu:
 - 1) Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).
 - 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
 - 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standarized and uniform*).

D. Teori Permintaan Konsumen**1. Pengertian Permintaan dan Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

Permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.¹⁰⁰ Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik kurva permintaan. Permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh banyak faktor.

¹⁰⁰ Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Ghalia Indonesia, 2003), edisi ke-2, h. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah sebagai berikut:¹⁰¹

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut
- c. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
- d. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
- e. Citra rasa masyarakat
- f. Jumlah penduduk
- g. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Sangat sukar untuk secara sekaligus menganalisis pengaruh berbagai faktor tersebut terhadap permintaan suatu barang. Oleh sebab itu, dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan *makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut*.¹⁰²

¹⁰¹ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), edisi ke-3, h. 75-76.

¹⁰² *Ibid.*

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen banyak mengambil keputusan pembelian setiap hari. Perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara rinci untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan : apa, dimana, bagaimana, berapa banyak, kapan, dan mengapa mereka membeli.¹⁰³

a. Faktor Budaya

Kebudayaan memiliki pengaruh paling luas dan dalam kepada perilaku konsumen. Pemasar perlu mengerti peran budaya, sub-budaya dan kelas sosial dari pembeli. Kebudayaan merupakan pembentuk yang paling dasar dari keinginan dan perilaku orang. Perilaku manusia paling banyak adalah belajar. Pada saat hidup di masyarakat, seorang anak akan mempelajari nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku dari keluarga dan kelembagaan penting lainnya.

Setiap budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang merasa menjadi bagian suatu sistem nilai atas dasar kesamaan pengalaman dan keadaan hidup bersama. Banyak sub-budaya merupakan segmen pemasaran penting dan pemasar sering membuat rancangan produk khusus disesuaikan keinginan segmen.

Nyaris semua masyarakat memiliki beberapa bentuk struktur kelas sosial. Kelas sosial menurut Kotler & Armstrong (1997) adalah pembagian masyarakat yang permanen dan berjenjang. Anggotanya memiliki nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial

¹⁰³ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Op. Cit*, h. 34-40

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian, kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil.

b. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial, yakni kelompok rujukan, keluarga, serta peran dan status. Adapun kelompok rujukan berperan langsung dan tidak langsung sebagai perbandingan dan rujukan dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Anggota keluarga, peran dan status seseorang dalam keluarga atau kelompok tertentu juga sangat mempengaruhi perilaku konsumen.

c. Faktor personal

Suatu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh sifat personal seperti umur dan tingkat daur-hidup, kedudukan, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.

d. Faktor psikologi

Belanja seseorang lebih lanjut ditentukan oleh faktor psikologi utama, yakni motivasi, persepsi, belajar (learning), kepercayaan & sikap (belief & attitude).¹⁰⁴

¹⁰⁴ Ibid, h. 41-42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan dari analisis dan pembahasan hasil penelitian ini, maka diperoleh beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Dari hasil penelitian menggunakan analisis regresi maka diperoleh $Y = 4,688 + 0,469X$ dapat disimpulkan bahwa tarif harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah UIN Suska Riau, uji t dapat disimpulkan bahwa tarif harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah UIN Suska Riau. Hal ini dapat dibuktikan dengan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $(10,014) > t_{tabel} (1,99656)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah UIN Suska Riau, nilai koefisien determinasi model adalah 0,603. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (tarif harga) terhadap variabel dependen (minat) adalah sebesar 60,3%. Sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai R sebesar 0,777. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel

independen (tarif harga) dengan variabel dependen (minat) memiliki hubungan yang tinggi atau kuat.

Menurut tinjauan ekonomi Islam, tarif harga ojek online sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Adanya prinsip *'an taradin/rela sama rela* dalam hal harga, adanya keadilan harga antara penyedia layanan jasa ojek online dengan pengguna jasa, tidak adanya unsur penipuan dan *gharar* merupakan hal sudah terpenuhi dalam ojek online dan tidak adanya unsur kedzoliman yang terdapat dalam layanan jasa ojek online.

B. Saran

Setelah menyimpulkan hasil analisis, maka akan dicoba memberikan saran-saran yang dapat berguna bagi perusahaan yaitu:

1. Disarankan kepada perusahaan yang bersangkutan ataupun perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa transportasi agar lebih memperhatikan kebijakan *marketing mix* khususnya masalah harga yang ditetapkan, agar tidak terlalu tinggi karena dari hasil analisis yang terlihat bahwa apabila harga dinaikkan maka permintaan akan menurun, dan hal ini berpengaruh terhadap minat pengguna jasa. Diharapkan kepada perusahaan ini agar lebih berhati-hati dalam membuat keputusan untuk jangka panjang.
2. Setiap melakukan usaha atau bisnis hendaknya selalu didasari dengan etika baik untuk saling bekerja sama dan saling menguntungkan kedua belah pihak produsen maupun konsumen, sehingga dalam transaksi tidak ada unsur kedzaliman dan terciptanya keadilan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011)
- Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004)
- Abdizarman Azwar Karim, *Ekonomi Miskro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- Adryan Payne, *The Essence Of Service Marketing, Pemasaran Jasa*, alih bahasa oleh Fandy Tjiptono, (Yogyakarta: Andi, 2000)
- Ajzen William, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Binarupa Aksara, 2008)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2, (Pasar, Perdagangan Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan dan Kontribusi)*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2014)
- Aldan Faikar Annafik, “*Jurnal Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha*” (diakses tanggal 22 Januari 2019)
- Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005)
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Liberty: Yogyakarta, 2001)
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Fakultas Psikologi UGM: Yogyakarta, 1981)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Christopher Lovelock, Lauren Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, alih bahasa oleh Agus Widyantoro (Jakarta: PT. Indeks, 2007)
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Madina, 2014)
- Desi Ansari Harahap, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS)*” Jurnal, (Medan: USU, 2015)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: Media Kom, 2010)
- Herdmand, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Hartono, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Nusa Media, 2011)
- Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003)
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004)
- Herman Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006)
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014)
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011)
- Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Ghalia Indonesia, 2003)
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2006)
- Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam Di Indonesia*, (Lampung: Permatanet, 2014)
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012)
- Masrizal, "Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau", (Pekanbaru: Fakultas Syariah & Hukum, 2017)
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah :Dari Teori KePraktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)
- Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017)

Raharjo Adisasmita, *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016)

Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. *Mikroekonomi*, alih bahasa oleh Novietha I. Sallama, (Jakarta: Erlangga, 2012)

Romi Andesa, "Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis", artikel diakses pada tanggal 28 September 2018 dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minatkonsumen.html>.

Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 13* alih bahasa oleh Mahyuddin Syaf, (Bandung: PT Al Ma'arif, 1987)

Sadirman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)

Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997)

Sciffman, L.G & Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghelia Indonesia, 2004)

Syafrizal Helmi Situmorang. *Bisnis: Perencanaan dan Pengembangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009)

Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi(Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Bandung:Pustaka Setia, 2014)

Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005)
- Susanto Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014)
- Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: Reality Publisher, 2008)
- Undang-undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- Veithzal Rivai Zainal, M. Syafei Antonio, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang Sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Poewadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Edisi tiga, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)
- William J. Stantom, *Prinsip Pemasaran* Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1984)
- Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: PT. Kencana Prenadamedia Group, 2011)
- <http://www.bps.go.id/> artikel diakses tanggal 29 Oktober 2018
- <http://www.go-jek.com/about/>, (artikel diakses tanggal 25 april 2019)
- <https://www.infojek.com/tarif-ojek-online/> (diakses tanggal 06 Agustus 2019)
- <http://repository.uin-suska.ac.id/6739/3/BAB%20II.pdf> repository.uin-suska.ac.id (diak ses tanggal 01 April 2019)

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

A. Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau, maka ini peneliti :

Nama : Humairoh

NIM : 11525204194

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Hukum

Judul Skripsi : Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pasa Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan saudara/i untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang saudara/i berikan sangat penting bagi penelitian peneliti.

Atas bantuan saudara/i dalam pengisian angket ini peneliti ucapkan terimakasih.

B. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

C. Petunjuk Pengisian

1. Baca setiap pernyataan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan.
3. Isilah kuesioner dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4. Data yang diberikan tidak berpengaruh apa-apa terhadap anda karena ini hanya untuk penelitian semata.

Contoh Pengisian :

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya ojek online sudah banyak di kenal masyarakat		√			

1). Variabel Harga

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya harga ojek online mahal.					
2.	Menurut saya harga ojek online terjangkau oleh mahasiswa.					
3.	Tarif harga ojek online sesuai dengan kualitas jasa yang didapatkan.					
4.	Kualitas jasa ojek online tergolong baik dengan harga yang setara.					
5.	Saya merasa kebutuhan sehari-hari saya bisa terpenuhi dari ojek online.					
6.	Menurut saya harga ojek online memiliki nilai yang sama dengan manfaat yang diberikan.					
7.	Saya merasa harga ojek online lebih ekonomis dibanding ojek konvensional.					
8.	Harga ojek online memiliki daya saing yang baik di sekitar kawasan kampus.					
9.	Harga ojek online mampu bersaing dengan harga transportasi lain.					
10.	Harga ojek online sesuai dengan kemampuan/daya beli mahasiswa.					

2) Variabel Minat

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan jasa ojek online karena dorongan kebutuhan dan keinginan berdasarkan kualitas dan harganya sesuai.					
2.	Saya sering menggunakan jasa ojek online ke kampus atau ke tempat lainnya.					
3.	Saya menyarankan teman atau saudara untuk menggunakan jasa ojek online.					
4.	Saya memakai jasa ojek konvensional jika ojek online tidak ada.					
5.	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai harga ojek online.					
6.	Saya sering mencari informasi tentang ojek online karena mudah diakses dan selalu tersedia setiap hari.					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t

$$d.f. = 1 - 200$$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.60	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67985	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 - 120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 - 160)

Pr df	0.25 0.60	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.26 0.60	0.10 0.20	0.06 0.10	0.025 0.060	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67502	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67501	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67500	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 161 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TABULASI DATA
Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Penguna Jasa Online Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

No.	Harga (X)										Jumlah	Minat (Y)						Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	3	3	4	22
2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47	4	5	4	4	3	4	24
3	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	43	4	4	4	4	4	4	24
4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47	5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42	4	3	4	3	4	4	22
6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	5	4	3	4	3	3	22
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45	4	4	4	4	4	4	24
8	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	4	4	3	20
9	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37	3	4	3	4	3	3	20
10	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	39	4	3	3	4	3	3	20
12	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	44	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
14	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	39	4	3	3	3	4	4	21
15	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	37	4	4	4	4	3	3	22
16	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4	33	3	4	4	4	3	3	21
17	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34	3	4	3	4	3	3	20
18	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	34	4	5	3	4	4	4	24
19	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	42	4	5	5	4	4	4	26
20	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38	4	4	5	4	4	4	25
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	3	3	5	3	4	22
22	3	4	3	3	5	3	5	5	3	5	39	4	3	4	3	4	4	22
23	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4	37	4	4	3	3	3	4	21
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
25	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40	4	5	3	4	4	4	24
26	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33	4	4	3	4	4	4	23
27	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	35	4	3	3	4	4	3	21
28	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	46	4	4	4	4	4	4	24
29	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	45	4	4	4	4	4	4	24
30	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	44	4	3	4	4	4	4	23
31	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	24
32	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	24
33	2	5	5	4	3	3	3	3	3	4	35	3	3	3	4	4	3	20
34	2	5	5	5	5	4	3	3	3	4	39	4	4	4	4	3	4	23
35	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	4	5	5	5	5	29
36	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	21
37	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	39	4	4	4	3	4	4	23
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	5	4	4	25
39	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43	5	4	4	4	4	4	25
40	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48	4	4	4	4	4	4	24
41	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31	3	3	3	3	3	3	18
42	2	3	5	5	4	4	4	4	4	4	39	5	5	5	5	5	5	30
43	2	5	5	5	3	3	3	3	4	4	37	4	3	3	3	4	4	21
44	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	3	3	4	22
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
46	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	36	4	4	3	3	3	3	20
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	24
49	2	5	5	4	5	3	4	5	4	4	43	3	4	5	4	5	4	25
50	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	24
51	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43	5	4	5	4	4	4	26
52	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	41	5	5	3	4	4	5	26
53	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	5	4	4	4	4	4	25
54	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43	4	4	4	4	5	4	25
55	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	46	5	4	5	5	5	4	28
56	2	5	5	5	4	4	5	4	5	5	44	4	5	4	4	5	5	27
57	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	45	4	5	4	5	4	5	27
58	2	4	4	3	3	4	3	4	3	5	35	3	3	3	3	4	5	21
59	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35	3	3	3	3	5	4	21
60	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44	4	4	4	5	5	4	26
61	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43	4	4	4	4	5	4	25
62	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	3	4	4	4	4	4	23
63	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47	4	5	4	4	4	5	26
64	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	41	3	4	3	4	4	5	23
65	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4	5	4	4	5	5	27
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	30
67	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	3	4	4	3	4	4	22
68	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	35	4	3	3	4	3	4	21

A. Karakteristik Resonden

Statistics		
	Umur	Jenis Kelamin
N	Valid	68
	Missing	0

Frequency Table

Umur				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21 Tahun	15	22,1	22,1
	22 Tahun	29	42,6	64,7
	23 Tahun	24	35,3	100,0
	Total	68	100,0	

Jenis Kelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	30	44,1	44,1
	Perempuan	38	55,9	100,0
	Total	68	100,0	

B. Deskriptif Variabel

Statistics		
	harga	minat
N	Valid	68
	Missing	0
Mean	40,81	23,81
Std. Error of Mean	,546	,329
Median	40,00	24,00
Mode	39	24
Std. Deviation	4,503	2,717
Variance	20,276	7,381
Range	19	12
Minimum	31	18
Maximum	50	30
Sum	2775	1619

1. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Harga (X)

Statistics										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
N	Valid	68	68	68	68	68	68	68	68	68
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	14	20,6	20,6	20,6
Netral	26	38,2	38,2	58,8
Setuju	20	29,4	29,4	88,2
Sangat Setuju	8	11,8	11,8	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	10	14,7	14,7	14,7
Setuju	32	47,1	47,1	61,8
Sangat Setuju	26	38,2	38,2	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	11	16,2	16,2	16,2
Setuju	20	29,4	29,4	45,6
Sangat Setuju	37	54,4	54,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	14	20,6	20,6	20,6
Setuju	22	32,4	32,4	52,9
Sangat Setuju	32	47,1	47,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	12	17,6	17,6	17,6
Setuju	40	58,8	58,8	76,5
Sangat Setuju	16	23,5	23,5	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	10	14,7	14,7	14,7
Setuju	39	57,4	57,4	72,1
Sangat Setuju	19	27,9	27,9	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Hak Cipta: Ditulis oleh penulis yang bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	15	22,1	22,1	22,1
Setuju	37	54,4	54,4	76,5
Sangat Setuju	16	23,5	23,5	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	11	16,2	16,2	16,2
Setuju	40	58,8	58,8	75,0
Sangat Setuju	17	25,0	25,0	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	9	13,2	13,2	13,2
Setuju	45	66,2	66,2	79,4
Sangat Setuju	14	20,6	20,6	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	4	5,9	5,9	5,9
Setuju	44	64,7	64,7	70,6
Sangat Setuju	20	29,4	29,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

2. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Minat (Y)

Frequencies

Statistics

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
N						
Valid	68	68	68	68	68	68
Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Netral	12	17,6	17,6	17,6
Setuju	44	64,7	64,7	82,4
Sangat Setuju	12	17,6	17,6	100,0
Total	68	100,0	100,0	



P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	14	20,6	20,6	20,6
Valid Setuju	40	58,8	58,8	79,4
Valid Sangat Setuju	14	20,6	20,6	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	21	30,9	30,9	30,9
Valid Setuju	37	54,4	54,4	85,3
Valid Sangat Setuju	10	14,7	14,7	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	19,1	19,1	19,1
Valid Setuju	44	64,7	64,7	83,8
Valid Sangat Setuju	11	16,2	16,2	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	15	22,1	22,1	22,1
Valid Setuju	40	58,8	58,8	80,9
Valid Sangat Setuju	13	19,1	19,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	11	16,2	16,2	16,2
Valid Setuju	44	64,7	64,7	80,9
Valid Sangat Setuju	13	19,1	19,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

- Hak Cipta dimiliki oleh UIN Suska Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Variabel Harga (X)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Harga
P1	Pearson Correlation	1	,111	,203	,328	,240	,323	,227	,176	,230	,082	,496
	Sig. (2-tailed)		,369	,098	,006	,049	,007	,063	,152	,060	,507	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson Correlation	,111	1	,453	,487	,303	,330	,214	,221	,327	,322	,574
	Sig. (2-tailed)	,369		,000	,000	,012	,006	,080	,070	,007	,007	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson Correlation	,203	,453	1	,760	,384	,478	,222	,238	,310	,176	,664
	Sig. (2-tailed)	,098	,000		,000	,001	,000	,069	,050	,010	,151	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson Correlation	,328	,487	,760	1	,471	,579	,328	,339	,382	,234	,771
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000		,000	,000	,006	,005	,001	,055	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P5	Pearson Correlation	,240	,303	,384	,471	1	,737	,339	,603	,148	,213	,673
	Sig. (2-tailed)	,049	,012	,001	,000		,000	,005	,000	,229	,081	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson Correlation	,323	,330	,478	,579	,737	1	,370	,659	,332	,206	,765
	Sig. (2-tailed)	,007	,006	,000	,000	,000		,002	,000	,006	,092	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P7	Pearson Correlation	,227	,214	,222	,328	,339	,370	1	,580	,715	,670	,683
	Sig. (2-tailed)	,063	,080	,069	,006	,005	,002		,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P8	Pearson Correlation	,176	,221	,238	,339	,603	,659	,580	1	,464	,492	,700
	Sig. (2-tailed)	,152	,070	,050	,005	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P9	Pearson Correlation	,230	,327	,310	,382	,148	,332	,715	,464	1	,599	,661
	Sig. (2-tailed)	,060	,007	,010	,001	,229	,006	,000	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
P10	Pearson Correlation	,082	,322	,176	,234	,213	,206	,670	,492	,599	1	,567
	Sig. (2-tailed)	,507	,007	,151	,055	,081	,092	,000	,000	,000		,000
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68
Harga	Pearson Correlation	,496	,574	,664	,771	,673	,765	,683	,700	,661	,567	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Uji Validitas Variabel Minat (Y)

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Minat
P1	Pearson Correlation	1	,424	,453	,459	,270	,417	,688
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,026	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P2	Pearson Correlation	,424	1	,454	,463	,286	,541	,731
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,018	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P3	Pearson Correlation	,453	,454	1	,441	,514	,428	,764
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P4	Pearson Correlation	,459	,463	,441	1	,384	,337	,704
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,005	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P5	Pearson Correlation	,270	,286	,514	,384	1	,582	,703
	Sig. (2-tailed)	,026	,018	,000	,001		,000	,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
P6	Pearson Correlation	,417	,541	,428	,337	,582	1	,757
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,005	,000		,000
	N	68	68	68	68	68	68	68
Minat	Pearson Correlation	,688	,731	,764	,704	,703	,757	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68	68	68	68

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	68	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	10

4. Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	68	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

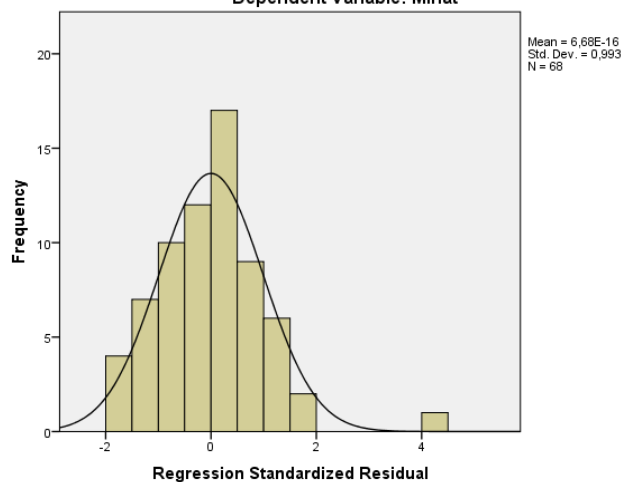
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Harga	Minat
N	68	68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 40,81 Std. Deviation 4,503 Absolute ,086	Mean 23,81 Std. Deviation 2,717 Absolute ,148
Most Extreme Differences	Positive ,086 Negative -,069	Positive ,148 Negative -,102
Kolmogorov-Smirnov Z	,709	1,224
Asymp. Sig. (2-tailed)	,696	,100

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

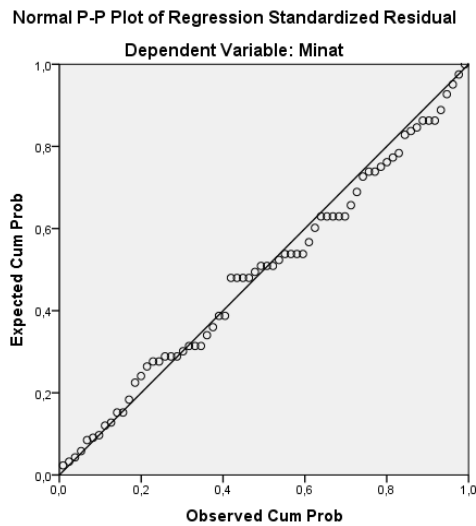
Histogram
Dependent Variable: Minat



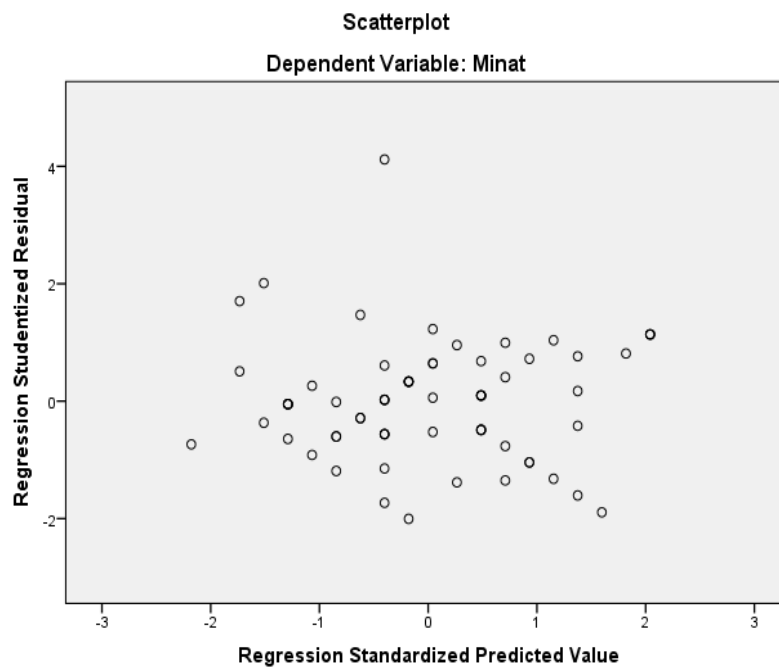
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Auto Korelasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,777 ^a	,603	,597	1,725	1,763

- a. Predictors: (Constant), Harga
- b. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,688	1,921		2,441	,017
	Harga	,469	,047	,777	10,014	,000

a. Dependent Variable: Minat

2. Uji Parsial/ Uji (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,688	1,921		2,441	,017
	Harga	,469	,047	,777	10,014	,000

a. Dependent Variable: Minat

3. Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,777 ^a	,603	,597	1,725	1,763

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Minat



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT
PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI
SYARIAH UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH yang
ditulis oleh :

Nama : Humairoh
NIM : 11525204194
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas
Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Oktober 2019
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag
Sekretaris
Dr. Jenita, SE, MM
Penguji I
Drs. Hj. Yusliati, MA
Penguji II
Dr. H. Johari, M.Ag

Mengetahui :

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S.Sos., MM

NIP. 19680226 199103 2 002



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web: <http://fasih.uin-suska.ac.id>, E-mail : fsi@uinriau@gmail.com

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5796/2019
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 15 Juli 2019

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : HUMAIROH
NIM : 11525204194
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
:Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pada Mahasiswa
Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

Rector
KEMENTERIAN AGAMA
Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
Email : dpmtsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/24327
TENTANG



032010

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5796/2019** Tanggal 15 Juli 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

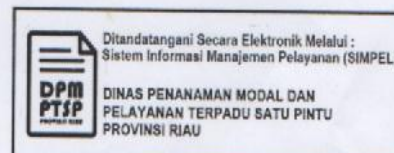
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : HUMAIROH |
| 2. NIM / KTP | : 11525204194 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : KAMPAR |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH TARIF HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA OJEK ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 16 Juli 2019



Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Yang Bersangkutan

Han Uripa Ummuunggi Ummuunggi Ummuunggi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. NAMA | : Humairoh |
| 2. NOMOR MAHASISWA | : 11525204194 |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN | : Pengaruh tarif harga terhadap minat pengguna jasa ojek online pada mahasiswa dan pegawai UIN SUSKA RIAU ditinjau menurut ekonomi syariah |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan | : Senin / 28 Januari 2019 |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah : | |
| a. Judul | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan |
| b. Latar Belakang Masalah | : Jelas/Masih Kabur/Perlu Perbaikan |
| c. Permasalahan | : Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada) | : Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada) | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam |
| g. Metode Penelitian | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan |
| h. Daftar Pustaka | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Syamsurizal, SE, M.Sc. AK

Catatan :
Perubahan Judul dalam Seminar
Dikonsultasikan dengan WD I

- Han Uripa Ummuulunggi Ummuulunggi Ummuulunggi
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul **Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2015)** ditulis oleh saudara :


Nama : Humairoh
NIM : 11525204194
Program Studi : Ekonomi Syariah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Senin / 28 Januari 2019
Narasumber : Syamsurizal, SE, M.Sc. AK

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik



Asfendi, S.Ag, M.Si
NIP.19610918 198803 1 002

Pekanbaru, 12 Februari 2019
Narasumber



Syamsurizal, SE, M.Sc.AK
NIP. 19801216 200912 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soehranto No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.LPP.01.1/2100/2019

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : HUMAIROH
NIM : 11525204194
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : **25 FEBRUARI 2019**

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 12 Maret 2019

Dekan,



Drs. H. Hajar, M.Ag
NIP. 195807121986031005



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN SELESAI MENELITI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : HUMAIROH
 NIM : 11525204194
 Tempat/Tanggal Lahir : Kabun/ 19 Juli 1997
 Program Studi/ Jurusan : EKONOMI SYARIAH
 Semester : 9 (SEMBILAN)
 No. HP : 085206016569
 Alamat : Dusun 1 Kabun, RT. 004 RW. 002 Desa Limau
 Manis Kec. Kampar Kab. Kampar Prov. Riau
 Dengan ini menyatakan bahwa, saya benar telah selesai meneliti/ melaksanakan
 riset pada : 15 Juli 2019.
 Nama Tempat Penelitian : Di kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif
 Kasim Riau Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan
 Ekonomi Syariah.
 Alamat : Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru
 Panam Pekanbaru.
 Waktu Penelitian : 15 Juli 2019 s.d 25 Agustus 2019

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila
 dikemudian hari saya terbukti melakukan pembohongan/penipuan terhadap
 pernyataan saya ini, maka saya siap menerima segala resiko.

Pekanbaru, Agustus 2019
 Yang menyatakan

HUMAIROH
 NIM. 11525204194

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Humairoh, lahir di Kabun pada tanggal 19 Juli 1997. Anak Pertama dari Empat bersaudara dari buah hati Ayahanda Darmansyah Marpaung dan Ibunda Fatmawati, penulis memiliki tiga orang adik laki-laki yang bernama Lukman, Ahmad Badrun dan Toni Ramadhan. Pendidikan yang di lalui penulis Sekolah Dasar Negeri 007 Tanjung Berulak pada tahun 2003 sampai 2009. Setelah itu penulis melanjutkan ke sekolah Menengah Pertama yaitu Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Kampar pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan ke sekolah Menengah Atas yaitu di SMAN 1 Kampar dan lulus pada tahun 2015. Setelah itu penulis melanjutkan jenjang perguruan tinggi di UIN SUSKA RIAU Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah, dan gelar sarjana telah di dapatkan dan dinyatakan lulus pada hari Kamis 10 Oktober 2019.

Penulis menyelesaikan Studi S1 dengan judul **“Pengaruh Tarif Harga Terhadap Minat Pengguna Jasa Ojek Online Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**

Dibawah bimbingan Pak Kamiruddin, M.Ag.

UIN SUSKA RIAU